

Consumo Sostenible y Sociedad Civil

Análisis de la situación
en los

Países del Mediterráneo



Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia (CAR/PL)
Plan de Acción para el Mediterráneo



**Centro de Actividad Regional
para la Producción Limpia**



**Generalitat de Catalunya
Departament de Territori
i Sostenibilitat**

Nota: Esta publicación puede ser reproducida total o parcialmente, con fines educativos y no lucrativos sin permiso específico del Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia (CAR/PL), siempre y cuando se mencione el origen de la información. El CAR/PL agradecería recibir una copia de cualquier publicación donde este material sea usado como fuente. No está permitido el uso de esta información con fines comerciales o de venta sin permiso escrito del CAR/PL.

Las denominaciones usadas en esta publicación y la presentación de material en la misma no implican la expresión de ninguna opinión por parte del CAR/PL en relación con el estatus legal de ningún país, territorio o área, o de sus autoridades o respecto a sus fronteras y límites.

Si considera que algún punto del estudio puede mejorarse o existe alguna imprecisión, le agradeceríamos nos lo comunicase.

Estudio terminado y publicado en 2007

Si desea solicitar copias adicionales, o para cualquier otra información, póngase en contacto con:

Centro de Actividad Regional para la Producción limpia (CAR/PL)
C/ Dr. Roux, 80
08017 Barcelona (España)
Tel +34 93 553 8790 Fax +34 93 553 8795
E-mail: cleanpro@cprac.org
www.cprac.org

RESUMEN EJECUTIVO

Durante los últimos años, el consumo sostenible se ha revelado como un concepto clave en el marco de la sostenibilidad, y de cuya aplicación dependen, en gran medida, las urgentes y necesarias mejoras en materia de cambio climático, derechos humanos o salud humana y ambiental. Un estudio detallado de este modelo de consumo y de los principales actores vinculados al mismo, se hace por tanto necesario como paso previo a la puesta en marcha de iniciativas.

Atendiendo al marco de actuación del CAR/PL, dentro del Plan de Acción para el Mediterráneo, se plantea un análisis diagnóstico de los países que componen el área mediterránea, enfocado al grado de aplicación existente en cuanto a consumo sostenible, y a la promoción que del mismo lleva a cabo la sociedad civil o tercer sector a través de sus distintas organizaciones.

Nuestro objetivo, por tanto, se centra en identificar “quién” promueve el consumo sostenible en los países mediterráneos, mediante “qué” iniciativas y con “qué” medios, alianzas, recursos, etc. Para ello, contactamos tanto con los representantes de las principales organizaciones locales en cada país dedicadas a la promoción del consumo sostenible, como con una serie de expertos en las distintas regiones a estudio, para confrontar la información obtenida.

Como punto de partida, se analizan las diferentes concepciones presentes a nivel general sobre el consumo sostenible, distinguiendo entre consumo sostenible fuerte y débil, y sus respectivos impactos, aceptación y presencia. En la misma línea, estudiamos el papel que tanto instituciones públicas como empresas desarrollan como promotores del consumo sostenible, tanto a nivel local como a nivel transnacional.

La sociedad civil, especialmente en los países occidentales, se muestra como un significativo agente impulsor de las políticas e iniciativas relativas al consumo sostenible, dando difusión sobre el mismo entre población, gobiernos y empresas, a la vez que presionando para la inclusión de medidas afines en las agendas políticas. El estudio de estas iniciativas, así como del entendimiento que del consumo sostenible hacen las distintas organizaciones, vendrá marcado, entre otros factores, por la tipología o clasificación de estas últimas, tanto a nivel de “fin perseguido”, como a nivel de modelo de actuación, o forma de relación con otras organizaciones públicas y privadas. Por otro lado, partiendo de la necesidad de que las organizaciones trabajen de forma conjunta en aras de aumentar su impacto, trascendencia y presencia pública, se valoran los principales obstáculos que dificultan este acercamiento, así como los diferentes tipos de colaboración presentes y posibles, haciendo mención especial de las redes y estructuras de segundo nivel.

Llevando la investigación al Mediterráneo, valoramos los distintos escenarios presentes, distinguiéndose varias regiones con grados de desarrollo económico y humano muy dispares que, inevitablemente, marcan tanto el desarrollo de la sociedad civil, como el grado de difusión y práctica del concepto de consumo sostenible. A pesar de haber ciertas disparidades, la clasificación regional en base a áreas geográficas parece la más representativa y útil para abordar el análisis, resultando en cuatro grandes regiones como son los Balcanes (Eslovenia, Croacia, Bosnia Herzegovina, Serbia, Montenegro y Albania), el Oriente Próximo (Egipto, Israel, Líbano, Siria y Turquía), el Maghreb (Marruecos, Argelia, Túnez y Libia) y el Sur de Europa (España, Francia, Italia, Grecia, Mónaco, Chipre y Malta).

La región balcánica se ve fuertemente marcada por los recientes conflictos bélicos producto de la desmembración de la ex Yugoslavia, y por su anterior pertenencia al bloque soviético y al sistema económico centralizado. Ambos factores han retrasado y mediatizado el advenimiento de la sociedad civil, y su representación a través de ONGs y otras formas de agrupación social. Sin embargo, la última década de estabilidad parcial y acercamiento a la UE y otros países europeos más desarrollados, ha favorecido la aparición de nuevos movimientos sociales, más modernos, desarrollados y, en ocasiones, contestatarios, que se han hecho eco de la problemática económica, social y ambiental.

Ante retos complejos y urgentes como son la gestión de residuos, la poca eficiencia energética o la deficiente asignación de recursos básicos como el agua, las organizaciones de la sociedad civil (OSCs) de los países balcánicos han acometido la labor de promoción del consumo sostenible desde dos enfoques primordiales. La visión medio ambientalista, la más extendida, que pretende la incorporación de modelos de consumo más respetuosos y sostenibles con la naturaleza, y la de desarrollo comunitario, a partir de la cual se busca llevar prosperidad y bienestar a las comunidades más desfavorecidas, a través del desarrollo sostenible, del ahorro en el consumo y de la generación de nuevos ingresos alternativos (eco-turismo).

A pesar de los esfuerzos realizados por parte de las OSCs, la promoción está todavía en una fase intermedia, muy enfocada a la divulgación y sensibilización ciudadana. El apoyo de otros países europeos, así como la coordinación regional (destaca el ejemplo de la red REC), se muestran como elementos esenciales en aras de incentivar tanto el consumo sostenible como el desarrollo de la sociedad civil.

El contexto de las regiones de Oriente Próximo y Maghreb, se distingue de los Balcanes, principalmente, por el muy inferior grado de desarrollo de la sociedad civil. Con antecedentes históricos complicados, especialmente en Oriente Próximo, la inestabilidad política y económica de la segunda mitad del siglo XX, ha derivado en un presente marcado en algunos casos por la pobreza (agravada por la explosión demográfica y el desempleo), la elevada contaminación, el desigual acceso a los recursos básicos, y la destrucción y esquilma de los recursos naturales. Por otro lado, y en diferente medida según el país de que se trate, el surgimiento de representantes de la sociedad civil se encontró impedido o dificultado, por lo que no existe una tradición agrupacionista como la que encontramos en Europa.

Si en Oriente Próximo la escasa promoción del consumo sostenible se lleva a cabo entre los gobiernos y las OSCs, en el Maghreb son las administraciones públicas las que están dando un notable impulso a las políticas de sostenibilidad, acompañados por la sociedad civil que todavía está poco representada. Mientras los gobiernos enfocan sus políticas hacia el medio ambiente, con objetivos prioritarios como la contaminación, el uso eficiente de la energía o la adecuación a los requisitos comerciales occidentales, las organizaciones de la sociedad civil se centran mayoritariamente en contextos locales, buscando el desarrollo comunitario, aliviar la pobreza y la marginación, o evitar el éxodo desde el área rural.

Si bien buena parte de los gobiernos de estas regiones se ha adscrito a acuerdos y compromisos internacionales mostrando su voluntad de cambio, todavía es necesario solucionar los graves problemas sociales y ambientales existentes. En ese sentido, se revela como objetivo de primer orden el fomento y desarrollo de la sociedad civil, favoreciendo su incorporación o acercamiento a los procesos de decisión, así como su presencia y representatividad entre la ciudadanía.

Por último, la región del sur de Europa, que cuenta los países del Mediterráneo miembros de la UE salvo Eslovenia, se caracteriza por ser la más desarrollada del Mediterráneo, con diferencia, tanto a nivel de consumo sostenible como de desarrollo

e influencia de la sociedad civil. Existiendo una larga tradición de asociacionismo, favorecida por décadas de estabilidad política, los ciudadanos han ido creando todo tipo de organizaciones representativas que divulgan y salvaguardan sus intereses ante gobiernos y empresas. Desde sus múltiples enfoques (polarizadoras o integradoras, discriminadoras o no, etc.), buena parte de estas organizaciones ha estado presente en el proceso de generación y desarrollo del concepto de consumo sostenible desde su nacimiento. De igual modo, es en esta región en la que encontramos un mayor número de iniciativas y compromisos adquiridos tanto por parte de los gobiernos, como por las empresas.

Este elevado desarrollo de ambos factores, unido a la mayor disponibilidad de medios económicos y humanos, ha provocado una tendencia hacia la especialización, dando paso a “sub-áreas” dentro del consumo sostenible como pueden ser el Comercio Justo, la Compensación de Emisiones, la Compra institucional responsable o Compra Verde, la Moda Sostenible, etc. Algunas organizaciones de corte más combativo, plantean incluso el cambio del modelo económico actual, rechazando el consumismo, y promulgando modelos de distribución de la riqueza más igualitarios.

Las posibilidades de colaboración en esta región son numerosas no sólo por la gran cantidad de organizaciones e iniciativas presentes, sino por la creciente sensibilización ciudadana ante los problemas derivados del consumo ineficiente y exacerbado, como pueden ser el cambio climático, la escasez de agua o la contaminación ambiental.

En definitiva, analizando el consumo sostenible y las organizaciones de la sociedad civil que lo promueven en el Mediterráneo, nos encontramos con tres etapas de desarrollo bien diferenciadas. Por un lado, el sur de Europa, donde OSCs, administraciones y, en menor medida, empresas, están asumiendo e incorporando criterios de responsabilidad en el consumo, la región balcánica, a medio camino, con organizaciones activas que tratan de sensibilizar a la población y presionar a los renuentes gobiernos; y Oriente Medio y Maghreb, en una etapa temprana, en la que se empieza a promover el consumo sostenible, como herramienta para solucionar problemas de primera magnitud como la pobreza, la insalubridad, la erosión o la falta de recursos básicos.

ÍNDICE

| | | |
|--------|--|-----------|
| 1. | PRESENTACIÓN..... | 7 |
| 1.1. | Antecedentes..... | 7 |
| 1.2. | Objetivos..... | 8 |
| 1.3. | Metodología..... | 8 |
| 2. | MARCO CONCEPTUAL: Consumo Sostenible y Sociedad Civil desde el punto de vista Mediterráneo. | 10 |
| 2.1. | Grandes retos del consumo sostenible: La gobernanza global..... | 10 |
| 2.1.1. | Consumo sostenible débil y fuerte..... | 10 |
| 2.1.2. | La complejidad de análisis en el Mediterráneo..... | 11 |
| 2.1.3. | Las Organizaciones Internacionales y las empresas en el desarrollo del consumo sostenible..... | 13 |
| 2.2. | El papel de la sociedad civil en el consumo sostenible..... | 15 |
| 2.3. | Organizaciones de la Sociedad Civil: Clasificaciones..... | 18 |
| 2.4. | La sociedad civil y sus retos de coordinación global..... | 19 |
| 2.4.1. | Los problemas del desarrollo de estrategias colaborativas..... | 20 |
| 2.4.2. | Los diferentes tipos de colaboración..... | 21 |
| 2.5. | La colaboración de la sociedad civil con empresas y organismos internacionales para el desarrollo del consumo sostenible..... | 24 |
| 3. | ANÁLISIS DE SITUACIÓN EN LOS PAISES MIEMBROS DEL PAM..... | 26 |
| 3.1. | Análisis de los Balcanes..... | 26 |
| 3.1.1. | Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles..... | 26 |
| 3.1.2. | Consumo Sostenible y Sociedad Civil..... | 30 |
| 3.2. | Análisis de Oriente Próximo..... | 33 |
| 3.2.1. | Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles..... | 33 |
| 3.2.2. | Consumo Sostenible y Sociedad Civil..... | 36 |
| 3.3. | Análisis del Maghreb..... | 39 |
| 3.3.1. | Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles..... | 39 |
| 3.3.2. | Consumo Sostenible y Sociedad Civil..... | 42 |
| 3.4. | Análisis del Sur de Europa..... | 45 |
| 3.4.1. | Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles..... | 45 |
| 3.4.2. | Consumo Sostenible y Sociedad Civil..... | 49 |
| 4. | CONCLUSIONES..... | 54 |

1. PRESENTACIÓN

1.1. Antecedentes

El fomento del consumo sostenible está empezando a ser reconocido como uno de los principales ejes de actuación en pro del desarrollo sostenible por científicos y organizaciones internacionales. Los niveles de consumo en muchos de los países desarrollados y en desarrollo son extremadamente altos e insostenibles. Numerosos informes muestran que necesitaríamos seis planetas si todos consumiéramos al mismo nivel que los estadounidenses¹. Es evidente que no es posible alcanzar un modelo de desarrollo más sostenible si, además de cambiar los patrones de producción, no se produce un cambio en los patrones de consumo.

El consumo sostenible es también uno de los pilares de la agenda para desarrollo sostenible de Naciones Unidas. La cumbre de Johannesburgo en 2002 señaló los vínculos entre consumo y producción y en su plan de acción subrayó la necesidad de establecer una estrategia que abordase integralmente el consumo y la producción. El Proceso de Marrakech iniciado por UNEP/DTIE, establece un programa marco para apoyar iniciativas regionales y nacionales que permitan acelerar el paso a modelos de producción y consumo más sostenibles. Sin embargo, muchas de las iniciativas puestas en marcha dentro de este programa marco se han centrado en Europa, América, África, Asia y Pacífico,

A nivel regional, en el Mediterráneo, la necesidad de desvincular desarrollo y degradación ambiental es acuciante debido a la presión que los 22 países que conforman el Plan de Acción para el Mediterráneo (PAM) ejercen sobre el entorno de la región, afectado entre otros problemas por la escasez de agua, el cambio climático, el turismo masivo y el urbanismo descontrolado en las zonas costeras. La estrategia mediterránea de desarrollo sostenible adoptada en 2005 para facilitar el cumplimiento de los compromisos adquiridos en Johannesburgo, reconoce también la necesidad de cambiar los patrones de producción y consumo estableciendo este propósito como uno de sus cuatro objetivos.

En la práctica, hasta ahora el Plan de Acción para el Mediterráneo a través del CAR/PL ha enfocado su trabajo en promover el cambio de los patrones de producción en las empresas de la región, mediante un enfoque basado en promover la producción limpia a través de la aplicación de mejores técnicas disponibles en los procesos industriales y recientemente ampliando su acción a otros sectores tales como servicios y agricultura. El CAR/PL ha asumido el reto de desarrollar el consumo sostenible modificando su misión para abarcar ambos objetivos. Consecuentemente su nueva misión es promover mecanismos que permitan cambiar los patrones de producción y consumo en el Mediterráneo hacia modelos más sostenibles.

El estudio consta de las siguientes partes. En primer lugar se presentan los objetivos y la metodología del informe. Seguidamente, se hace una reflexión sobre el estado actual de la literatura. En esta sección también se analiza cómo trabaja la sociedad civil y cuáles son los retos del trabajo colectivo. En tercer lugar, se presenta el trabajo de campo, en el que se analizan para los 21 países del PAM más la UE, cuáles son las principales organizaciones que trabajan en temas de consumo sostenible y cuáles son sus iniciativas más notables. Finalmente se concluye y se exponen las recomendaciones para el CAR/PN en su labor de desarrollo del consumo sostenible con la sociedad civil.

¹ <http://www.earthday.net/Footprint>

1.2. Objetivos

Este informe pretende ofrecer una triple panorámica sobre la situación de la promoción del consumo sostenible por las organizaciones de la sociedad civil en los países del PAM. Esta triple panorámica incluye los siguientes objetivos:

a) Entender quién promueve el consumo sostenible, particularmente, cuáles son las organizaciones de la sociedad civil más activas en este campo. Ello incluye tanto a organizaciones sociales y ambientales como de consumidores. Aunque el enfoque sea el de la sociedad civil, se incluyen también algunas instituciones públicas que destacan por su capacidad de innovación en este campo.

b) Estudiar qué iniciativas se están promoviendo.

c) Analizar cómo trabajan las organizaciones de la sociedad civil, cómo se relacionan entre sí para promover el consumo sostenible, qué redes existen y cuál es su origen.

1.3. Metodología

En cuanto al método empleado para responder a estas cuestiones, se ha procedido, primeramente, a la recopilación de información sobre la situación en cada uno de los 22 países miembros del PAM a través de fuentes secundarias (Internet) y primarias (entrevistas telefónicas y por correo electrónico).

Toda vez seleccionadas las principales organizaciones de la sociedad civil que promueven el consumo sostenible en los países a estudiar, se solicitó su participación en el proyecto en forma de respuesta a unos cuestionarios que habían sido previamente preparados al efecto, y a partir de los cuales se agrupa y sistematiza la información relevante tanto de las organizaciones como de las iniciativas puestas en marcha, para su posterior estudio.

Un primer análisis preliminar de la información obtenida, sirve de base para contrastar aquellos puntos discordantes, así como para verificar la exactitud de los datos vertidos.

La segunda fuente primaria de información se basa en entrevistas personales a cinco expertos en consumo sostenible y sociedad civil, seleccionados por sus extensos conocimientos en las cuatro grandes áreas del Mediterráneo (Maghreb, Oriente Próximo, Balcanes y sur de Europa). De estas entrevistas, se desprende una valiosa información sobre la situación particular de cada uno de los países, desde el momento en que los conocimientos de estos académicos agrupan lo general y lo particular, dando una visión temporal de evolución e idiosincrasia locales que no podemos deducir fácilmente de los cuestionarios previos a organizaciones. Por otro lado, el contexto regional en que basamos la entrevista, permite identificar con más precisión las posibilidades de colaboración entre distintas organizaciones mediante redes u organismos supranacionales.

El cruce de las dos fuentes principales de información mencionadas, resulta en un mapa detallado del Mediterráneo en cuanto atañe a organizaciones, redes e iniciativas promotoras del consumo sostenible, otorgando credibilidad y exactitud a los datos obtenidos.

Del análisis exhaustivo de dicha información, se desprenden las respuestas a las tres cuestiones que planteábamos como objetivos del proyecto, dando paso a la redacción del informe final en que se proponen las recomendaciones al CAR/PL en cuanto a cómo involucrarse en la promoción del consumo sostenible en colaboración con la sociedad civil de manera efectiva en los países del arco Mediterráneo.

2. MARCO CONCEPTUAL: Consumo Sostenible y Sociedad Civil desde el punto de vista Mediterráneo.

2.1. Grandes retos del consumo sostenible: La gobernanza global

“Los actuales niveles y pautas de consumo, en particular en los países industrializados, son una de las mayores causas, si no la mayor, de la degradación ambiental del mundo en la actualidad” (UNDP 1998). Sin consumo sostenible, el desarrollo sostenible no resulta posible.

El consumo sostenible está empezando a ser un tema destacado en la agenda de la gobernanza global (Reisch 1999) en diversos programas de las Naciones Unidas. El capítulo 4 de la Agenda 21 hacía un llamamiento a la adopción de pautas de consumo sostenibles (UN 1993). Otras organizaciones internacionales como la OCDE, la OMC y numerosas instituciones supranacionales y nacionales han desarrollado informes, diálogos e iniciativas para el impulso del consumo sostenible, pero a pesar de todas estas iniciativas, los impactos de éstas parecen ser escasos (Fusch 2005).

Las organizaciones internacionales han centrado su esfuerzo en desarrollar actividades destinadas al mayor entendimiento y a la difusión de políticas de incremento de la eco-eficiencia, sin embargo, pocas acciones se han desarrollado en lo que a menudo se considera la clave del consumo sostenible: el cambio de pautas de consumo (Princen 1999).

2.1.1. Consumo sostenible débil y fuerte

Una de las fuentes básicas de referencia para la definición de consumo sostenible es el Informe Brundtland (WCED 1987)². Este informe define *desarrollo sostenible* como “la utilización de bienes y servicios que responden a las necesidades básicas y contribuyen a una mejora de la calidad de vida sin poner en peligro las necesidades de las generaciones futuras”. El desarrollo sostenible sienta las bases para la conceptualización del consumo sostenible.

En la cumbre de Oslo de 1994 se definió *consumo sostenible* como “el uso de productos y servicios que responden a las necesidades básicas y aportan una mejor calidad de vida a la vez que minimizan el uso de los recursos naturales, materiales tóxicos, emisiones de basuras y contaminantes en todo su ciclo de vida sin poner en peligro las necesidades de las generaciones futuras” (Norway 1994). Algunos autores como (Daly 1998; Princen 1999; Spangeberg 2002) argumentan que para el avance en el consumo sostenible hace falta desarrollar dos tipos de consumo sostenible, el débil y el fuerte.

1) *Consumo sostenible débil*: el consumo sostenible requiere un incremento en la eficiencia en la producción de bienes y servicios que puede ser alcanzado por medio de mejoras tecnológicas. Mejoras en la eco-eficiencia van asociadas a una reducción de los recursos consumidos por unidad de consumo. A menudo, estas mejoras son vistas como una ganancia tanto para las empresas como para el medioambiente. Sin embargo, debido a que los recursos de la tierra son limitados (Pearce 1998), los

² Informe socio-económico en 1987 para la ONU por una comisión encabezada por la doctora Gro Harlem Brundtland. Originalmente, se llamó *Our Common Future* (Nuestro Futuro Común). En este informe, se utilizó por primera vez el término *desarrollo sostenible*. El informe Brundtland inspiró las reuniones de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (UNCED), conocida como la Cumbre de la Tierra, que se celebró en Río en 1992. En esta conferencia, se redactó la Agenda 21.

niveles de crecimiento de la población y su consumo asociado superan los niveles de regeneración de los mismos y debido a los altos grados de contaminación ligados a la extracción y el consumo, el consumo sostenible basado en las mejoras de eficiencia se ha denominado “consumo sostenible débil” pues se considera insuficiente para compensar los aumentos de volumen de consumo (Greening 2000).

2) *Consumo sostenible fuerte*: Un segundo requerimiento para asegurar el consumo sostenible es el cambio de los hábitos de consumo y la reducción de los niveles de consumo en los países industrializados. Esta condición, sin embargo, requiere cambios en las infraestructuras así como en los hábitos de elección del consumidor y pone en cuestión las teorías clásicas basadas en la necesidad de crecimiento continuo.

Princen, (Princen 1999) defiende que el desarrollo del consumo sostenible debería centrarse en el consumo sostenible fuerte ya que es el que lo distingue y particulariza de las demás iniciativas de desarrollo sostenible y el que tendría mayor impacto tanto medioambiental como redistributivo. Sin embargo, la mayoría de las iniciativas desarrolladas tanto por las empresas como por las organizaciones internacionales, así como por las organizaciones de la sociedad civil, se han centrado en medidas para promover el consumo sostenible débil.

2.1.2. La complejidad de análisis en el Mediterráneo.

El desarrollo del consumo sostenible fuerte pasa por la reflexión de la complejidad del actual modelo económico (Sanchez 2005) y de los determinantes de los hábitos de consumo de los consumidores. En las actuales economías globalizadas los hábitos de consumo están determinados no sólo por las políticas desarrolladas por los estados sino por los demás determinantes socio culturales que afectan a los consumidores como las modas, los valores forjados alrededor del consumo y las nuevas necesidades.

Las diferentes dimensiones de la globalización afectan el desarrollo del consumo sostenible. Los flujos de comercio internacional, la inversión directa extranjera a largo plazo por parte de las multinacionales, los flujos de capital en cartera a corto plazo, los flujos migratorios y la difusión y transferencia de la tecnología entre los diferentes países hacen que los intereses ligados al consumo se vuelvan complejos y transnacionales. La capacidad de transmitir mensajes ligados al consumo se internacionaliza pero a la vez se democratiza. La globalización lleva a un aumento internacional del acceso a los medios de comunicación de activos sociales como las organizaciones de la sociedad civil y las organizaciones internacionales, antes impensable (Bhagwati 2005). La influencia económica de las transnacionales se ve confrontada aunque a veces también apoyada por organizaciones cuyos intereses divergen de la eficiencia económica. Estos movimientos a menudo son una fuente de dinamismo ideológico y cultural y de confrontación con los valores clásicos de las empresas.

Por otro lado, la globalización, en principio, tendría que acortar las distancias entre los países del norte y del sur³. Sin embargo, pese a que parece demostrado que los hábitos de consumo y los valores de consumo sí parecen estar universalizándose hacia un “consumismo” global, la capacidad de consumo de los habitantes del norte y del sur basada en su renta per cápita no converge de la misma manera. Por otro lado,

³ Por países del norte nos referimos los países del Mediterráneo que pertenecen a la OCDE y a la UE y que presentan índices de industrialización más elevados. Los países del sur del Mediterráneo serán aquellos no pertenecientes a la OCDE ni a la UE. Utilizamos esta terminología “norte-sur” para evitar connotaciones que promuevan las políticas de crecimiento no sostenible como las terminologías mayormente utilizadas en informes económicos que hablan de países desarrollados y países en vías de desarrollo.

los países del sur parecen considerar la globalización como una fuerza positiva. En 2002 la empresa Environics International presentó un análisis que así lo demostraba. Environics realizó una encuesta global a veinticinco mil personas residentes en ciudades de veinticinco países y presentó los resultados en el cumbre anual del Foro Económico Mundial en la que se presentaba esta paradójica visión de la globalización por parte de las economías tanto del sur como del norte (Bhagwati 2005).

Con lo que respecta al consumo sostenible la reflexión que se realiza en los países del norte y del sur también resulta paradójica.

Respecto al *consumo sostenible débil* el debate parece centrado en la velocidad a la que los países del sur deberían integrar las mejoras de eco-eficiencia. La deslocalización de las empresas en pro del abaratamiento de costes (sobre todo de mano de obra pero también muy ligados a las legislaciones sociales y medioambientales más indulgentes de la mayoría de los países del sur), ha producido una rápida industrialización en los países del sur. Sin embargo, esta industrialización ha sido “sucia”, es decir, sin tener en cuenta los impactos sociales y medioambientales de la misma. Por ello, la introducción de mejoras en la eco-eficiencia en los países del sur se plantea a menudo como una exigencia de los países del norte que va en detrimento de la competitividad global de los países del sur que deben aplicarla. Sin embargo, los países del sur están empezando a sufrir los costes de esta industrialización “rápida y sucia” y están desarrollando medidas para introducir métodos de producción limpia en sus industrias.

En cuanto al *consumo sostenible fuerte*, la paradoja parece ser más compleja. Por un lado, resulta extraño hablar de consumismo en los países del sur en los que la mayoría de los habitantes no tiene cubiertas sus necesidades básicas o sus niveles de renta son cercanos a los de la pobreza. El consumismo en estos países se da sobre todo en las clases altas de la población y aunque crean referentes y modelos sociales a imitar, no resultan globalmente tan impactantes para el medioambiente debido a su bajo volumen proporcional. Por otro lado, la rápida industrialización y la reducción de precios de ciertos bienes de consumo (desde los automóviles a los teléfonos móviles y otros pequeños aparatos de utillaje doméstico) facilitan el acceso de grandes cantidades de consumidores a éstos, provocando altos niveles de contaminación medioambiental. Los ritmos de consumo están aumentando más rápidamente que la eco-eficiencia de los bienes consumidos y las consecuencias en el medioambiente no están tardando en dejarse notar. A todo esto cabría añadir que los países del sur no han desarrollado todavía sistemas de reciclaje y de recogida de basuras capaces de copar con los crecientes niveles de consumo de nuevos objetos que tienen necesidades de reciclaje diferentes. Esto hace que la contaminación relacionada con los residuos de los nuevos productos consumidos sea más evidente.

El discurso sobre el consumo sostenible fuerte en los países del norte y del sur no puede ser el mismo ya que en los países del norte partimos de una lógica de la abundancia y en los del sur de una lógica de escasez. Sin embargo, la concienciación sobre los impactos que nuestros actuales niveles de consumo está produciendo es una tarea necesaria tanto para los gobiernos de los países del norte como los del sur.

La globalización también está reabriendo el debate sobre la necesidad de repensar en los sistemas de gobernanza global. La transnacionalización de las externalidades negativas como por ejemplo la contaminación y las migraciones masivas; el aumento de poder de ciertos actores transnacionales como las empresas multinacionales y las organizaciones supranacionales como la OMC y el FMI; la crisis de confianza en el gobierno de ciertos estados; la reforma del Estado de Bienestar y el aparente aumento de la capacidad de movilización de ciertos grupos de la sociedad civil gracias a las nuevas tecnologías replantean las actuales formas de toma de decisión y resolución

de los problemas globales. El desarrollo del consumo sostenible fuerte y débil es sin duda uno de estos problemas.

El proceso de análisis de los hábitos de consumo de los consumidores debe incluir a todos los actores potenciales interesados en determinar los valores que evalúan el consumo. El desarrollo de políticas de consumo sostenible fuerte incluye no solamente los elementos tradicionales de creación de políticas de consumo sostenible (compras responsables o “green procurement”; eco-tasas; etiquetas ecológicas y responsables; y campañas de concienciación sobre los impactos ecológicos de nuestro consumo) sino que ha de contar con un marco más amplio que permita el análisis y la redefinición de las pautas de consumo a través del desarrollo socio-económico tanto local como global. Para ello es necesario contar con un modelo de redefinición del concepto de consumo sostenible que incluya todos los actores de la gobernanza global: organizaciones supranacionales; empresas y sociedad civil.

2.1.3. Las Organizaciones Internacionales y las empresas en el desarrollo del consumo sostenible

El papel de las organizaciones internacionales en el desarrollo del consumo sostenible resulta fundamental pero está centrado, sobre todo, en la promoción del consumo sostenible débil. El artículo de Fuchs y Loreck (2005) concluye que pese a que las organizaciones internacionales están desarrollando una importante labor de concienciación en materia de consumo sostenible, la mayoría de sus actividades se centran en el consumo sostenible débil. El consumo sostenible fuerte ha resultado alejado de la mayoría de los debates políticos no solamente en organizaciones como la OCDE y la OMC sino también en instituciones globales como las Naciones Unidas y nacionales como los gobiernos de los diferentes países del Mediterráneo. El artículo añade que una gobernanza global sobre el consumo sostenible fuerte debe ser desarrollada a través de nuevas estrategias políticas que vinculen a las organizaciones no gubernamentales relacionadas con el consumo sostenible.

La falta de interés por el consumo sostenible fuerte por parte las instituciones y de las organizaciones internacionales suele ser atribuida a factores diversos entre los que se cuentan: 1) el hecho de haya varias y diferentes definiciones de consumo sostenible que a menudo compiten entre ellas (UNEP 2002). 2) la debilidad de las organizaciones internacionales dedicadas a la promoción del consumo sostenible fuerte. Como consecuencia de esta debilidad las organizaciones internacionales han decidido tomar una posición más bien conservadora en este tema tan relevante para la sociedad capitalista.

Otra de las conclusiones aportadas por el estudio de Fusch y Loreck (2005) es que la mayoría de los estudios y actividades realizados tanto por el PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente) y NU DAES (Naciones Unidas Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (División para el Desarrollo Sostenible) como por la OCDE, están centrados en eventos aislados y no constituyen procesos continuos de desarrollo del consumo sostenible.

Por otro lado, sobre todo las acciones desarrolladas a partir del Informe estratégico del PNUMA “Oportunidades de Consumo” (UNEP 2001), se han centrado en desarrollo del programa SCOPE (Sustainable Consumption Opportunities for Europe, Oportunidades de Consumo sostenible para Europa). Ese proyecto se ha desarrollado como una iniciativa para incrementar la sensibilización de los agentes creadores de políticas sobre el tema del consumo sostenible. Este programa incluye un marco de reflexión y unas recomendaciones para la acción centrados especialmente en el desarrollo de las relaciones con las organizaciones de la sociedad civil. Sin embargo, este programa, según Fuchs y Loreck (2005) posee dos principales debilidades: 1) está mayoritariamente enfocado a los países del Este de Europa y a los países de

reciente independencia debido a la disponibilidad de fondos para enfocarse en estos países; 2) las actividades resultantes de las coaliciones se quedaron en acciones aisladas faltando un proceso de gestión del cambio continuo. En el 2002 el PNUMA desarrolló un nuevo informe titulado "Informe de Estado Global" (Global Status Report) en el que se identifican 6 áreas en las que se perciben la necesidad de mejorar los esfuerzos en pro del consumo sostenible. Así mismo el PNUMA ha desarrollado una serie de programas marco de 10 años en los que se pretende acelerar el cambio hacia el comercio y la producción sostenible. Estos planes están poniendo en marcha numerosas actividades sin embargo, diversos autores sugieren que el PNUMA debería superar la actual exclusión explícita de las actividades y políticas de consumo sostenible fuerte (Fuchs & Loreck 2005).

Por último las empresas están obteniendo cada vez mayor capacidad de influencia en los gobiernos y en las cuestiones de gobernanza global. Las empresas más punteras en cuanto a sus políticas de responsabilidad social corporativa (RSC) están desarrollando campañas de información sobre los impactos medioambientales de sus productos. Algunos sectores altamente regulados, como el caso de las bebidas alcohólicas, están cambiando sus estrategias para adaptarse a la ley pero también para influir de forma positiva en los hábitos de consumo que se consideran perjudiciales. Un primer caso interesante es el de Diageo y sus campañas para la reducción del consumo del alcohol entre los jóvenes y poblaciones de riesgo. Un segundo caso es el de cadenas de alimentación como Tesco o Carrefour que informan a sus clientes de los impactos ecológicos de sus productos por medio de etiquetas y revistas gratuitas. Industrias tradicionalmente muy contaminantes como la de la automoción, también están empezando a redefinir sus valores de marca y a producir nuevos productos más acordes con el consumo sostenible. Casi todos los grandes fabricantes de automoción poseen hoy en día una marca "verde" que incorpora los valores del respeto al medioambiente. También las grandes empresas extractoras están empezando a reposicionarse como empresas proveedoras de energía, cambiando su marketing mix hacia productos más ecológicos.

A pesar de que el mercado actual no este muy familiarizado con la idea de consumo sostenible fuerte, existen varios argumentos según los cuales las empresas podrían aplicar una lógica de reducción del volumen de consumo.

En primer lugar, existe una estrategia de incremento de calidad y de valor de marca y aumento de precio. Esto significa reducción de los volúmenes de consumo pero a menudo aumento de los márgenes por producto. Esta estrategia, altamente utilizada en productos de lujo resulta difícil de implementar en bienes de consumo primario debido al aumento de la inflación que esto provocaría. Por otro lado, en un mercado globalizado es muy difícil realizar esta estrategia sin una diferenciación de marca y/o sin un compromiso coordinado de todos los productores.

Un segundo argumento es el que sitúa a las empresas como ciudadanas de una sociedad que debe afrontar los retos del desarrollo sostenible. Esta hipótesis es la utilizada por los autores que desarrollan la RSC. Estos autores argumentan que las empresas pueden y están cambiando de valores para incluir la problemática social y medioambiental en sus estrategias. Además, son conscientes de sus niveles de influencia en la gobernanza global y esto les hace responsables de los problemas sociales y medioambientales de sus comunidades. Sin embargo, muchas voces críticas se levantan contra este argumento de "bondad y ciudadanía" de las empresas per se y se posicionan en contra de la autorregulación.

El rol de las empresas en el consumo sostenible fuerte es todavía incipiente. Un estudio pormenorizado de los casos de grandes y medianas empresas ayudaría a comprender mejor las estrategias de las empresas para desarrollar el consumo sostenible fuerte, sus problemas y las ventajas competitivas que esto aporta.

2.2. El papel de la sociedad civil en el consumo sostenible.

Las organizaciones de la sociedad civil, entre las que se incluyen las organizaciones no gubernamentales (ONG) así como las instituciones académicas y de investigación, están empezando a tener un papel activo en el desarrollo del consumo sostenible. Prueba de ello son las numerosas organizaciones y conferencias internacionales que han surgido en los últimos años y que tratan este tema tanto a nivel local como a nivel global.

En la siguiente tabla hemos seleccionado algunas de las conferencias internacionales más destacables en materia de consumo sostenible:

Tabla 1: Selección de Conferencias Internacionales sobre Consumo Sostenible organizadas por o con la colaboración de la Coalición Internacional para la Producción y el Consumo Sostenible (en sus siglas en inglés ICSPAC)

| |
|---|
| 1994 - Conferencia sobre Consumo Sostenible (Oslo, Ministerio de Medioambiente, Noruega 1994) |
| 1995 - Mesa redonda ministerial en Oslo. Ministerio de Medioambiente, Noruega 1995) |
| 1995 - Clarificando Conceptos, Seminario (Rosendal) |
| 1995 - Seminario sobre las Medidas de Política para el Cambio de los Hábitos de Consumo (Seúl) |
| 1996 - Seminario sobre Tendencias y Políticas (Brasilia) |
| 1998 - Reunión del Grupo de Expertos Interregional sobre la extensión de la Guía de la ONU sobre la Protección del Consumidor (São Paulo) |
| 1998 - Seminario sobre Indicadores de Producción y Consumo Sostenible (Nueva York) |
| 1998 - Promoviendo las Iniciativas Locales en pro del los Hábitos de Consumo Sostenible (Viena) |
| 1998 - Consumo en un Mundo Sostenible (Kabelvag) (IIED) |
| 1999 - De la Sociedad de Consumo a la Sociedad Sostenible (Soesterber) |
| 1999 - Consumo Sostenible: Tradiciones y Tendencias en Asia del Este (Chejudo) |
| 1999 - Séptima Sesión de Consumo Sostenible y Desarrollo (Nueva York) |
| 2000 - Creando oportunidades en un mundo cambiante (Berlín) |
| 2002 - Implementando Políticas de Consumo y Producción Sostenible (París) |
| 2003 - Reunión Internacional de Expertos sobre el Marco Decenal de Programas para la Producción y Consumo Sostenible (Marrakech) |
| A partir del 2003 – Reuniones Regionales de expertos dentro del Marco Decenal del Programa de la ONU sobre la Producción y Consumo Sostenibles. |

Fuente: Adaptación de (ICSPAC 2002)

Pese a que las ONGs no se encuentran en una posición muy privilegiada como las organizaciones internacionales para el estudio de las sinergias y acuerdos globales, las ONGs globales, a menudo en colaboración con ONGs locales, han logrado contribuir a la gobernanza global del consumo sostenible (Fuchs 2005). El trabajo y conocimiento de las ONGs a menudo contribuye al aprendizaje de las organizaciones internacionales. Además, las actividades de la ONGs son importantes por su influencia en los valores sociales y la creación y refuerzo de movimientos sociales que se extienden más allá de las fronteras de las ONGs.

El rol de las ONGs en el desarrollo del consumo sostenible está principalmente centrado en las actividades de promoción del consumo sostenible destinadas a la

acción directa ciudadana. Resulta difícil abordar el amplio espectro de organizaciones de la sociedad civil que trabajan sobre temas de desarrollo y consumo sostenible. Muchas de estas organizaciones no utilizan los términos consumo sostenible ni consumo responsable, sin embargo sus actividades se centran en la concienciación de los ciudadanos en aspectos relacionados con ello. Por otro lado, resulta también difícil distinguir aquellas organizaciones ligadas de alguna forma a entidades institucionales de los movimientos sociales espontáneos que se formalizan después en organizaciones no gubernamentales.

Pese a la dificultad de acotar las organizaciones de la sociedad civil que trabajan en consumo sostenible, en la tabla 2 hacemos una primera relación de las principales actividades en materia de promoción del consumo sostenible que desarrollan las ONGs.

Tabla 2: Principales actividades genéricas desarrolladas por las ONGs

- La promoción de buenas prácticas en los hábitos de consumo como qué actividades contaminan más, qué métodos de transporte utilizar, cómo ahorrar energía, agua, etc., a través de información directa (páginas de Internet, publicidad directa a través de panfletos) y a través de encuentros y foros.
 - La información sobre productos concretos, sus consumos de energía a través de sus ciclos de vida, sus impactos medioambientales (emisiones, generación de basuras, etc.).
 - La propuesta de actividades de reducción de consumo y promoción de servicios que sustituyan a los productos.
 - El desarrollo de herramientas para la medición de los impactos en el medioambiente relacionados con los niveles de consumo: ej. huella ecológica, etc.
 - El desarrollo de indicadores para la medición de los impactos medioambientales de los productos que consumimos.
 - El desarrollo de documentos divulgativos sobre la problemática del desarrollo y el consumo sostenible.
 - El desarrollo de informes con propuestas de política económica y fiscal que ayudarían a reducir los impactos medioambientales del consumo: como ejemplos, propuesta de eco-tasas, desarrollo de políticas para aumentar la medición de la responsabilidad de los productores (sobre todo en materia agraria) de sus impactos ecológicos.
 - Desarrollo de campañas publicitarias a favor de un determinado servicio alternativo.
 - Desarrollo de campañas de boicot contra empresas o instituciones determinadas que dañen el desarrollo del consumo sostenible.
 - Actividades de consejo a las empresas sobre como desarrollar su producción de forma más limpia.
 - Coloquios generales para la discusión del concepto del consumo sostenible.
-

La tabla 3 muestra los principales informes desarrollados por ONGs sobre consumo sostenible. Estos informes provienen de entidades muy diversas y defienden intereses

algunas veces contrarios. Sin embargo, el debate plural que aportan los diferentes informes de las asociaciones de la sociedad civil enriquece las visiones de los actores. Un ejemplo de esta pluralidad lo recogemos en la tabla 3. En ella se exponen algunos de los principales informes desarrollados por ONGs en los últimos años. La fuente de datos es principalmente el artículo de Fuchs (2005) actualizado con informes más recientes de otras organizaciones que hemos considerado interesantes. Esta tabla, sin embargo, no pretende ser exhaustiva ni completa, sino simplemente servir a modo de indicación del tipo de informes realizados por la sociedad civil en materia de consumo sostenible.

Tabla 3: Principales Informes sobre el Consumo Sostenible desarrollados por ONGs y Organizaciones Internacionales

- 1995 - Friends of the Earth Europa: (Spangeberg, ed.): Hacia una Europa Sostenible.
- 1996 - Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (en sus siglas en inglés WBCSD): Producción y Consumo Sostenible: Una perspectiva de negocios
- 1997 - Friends of the Earth Internacional: Consumo Sostenible - Una Perspectiva Global
- 1999 - Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (en sus siglas en inglés WBCSD): Sostenibilidad a través del Mercado.
- 2001 - Herramientas para la Transición: Transición hacia la Producción y el Consumo Sostenibles
- 2002 - Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (en sus siglas en inglés WBCSD): El Caso de Negocio del Desarrollo Sostenible
- 2002 - Asociación Europea de Agencias de Comunicación y Federación Mundial de Publicistas: La Industria como Colaborador del Desarrollo Sostenible.
- 2002 - Coalición Internacional para la Producción y el Consumo Sostenible (en sus siglas en inglés ICSPAC): Esperando la Entrega
- 2004 - Instituto Worldwatch: El Estado del Mundo 2004 – La Sociedad de Consumo.

Fuente: (Fuchs & Lorek 2005)

Resulta interesante destacar los informes realizados por la Cámara Internacional de Comercio y por el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible del 2002. Este informe daba a los consumidores un papel esencial en la transformación de los mercados. El estudio situaba la responsabilidad medioambiental y social claramente en el lado de la demanda, es decir en los consumidores, en lugar de la oferta, las empresas productoras de bienes y servicios. El informe identifica la mejora en la eco-eficiencia como una de las contribuciones importantes al consumo sostenible, pero claramente evita toda discusión sobre el papel de las empresas en la reducción del exceso de consumo. La única responsabilidad adicional que se les imputa a las empresas es la de informar a los consumidores sobre los impactos sociales y medioambientales de sus elecciones de consumo y la de ofrecer servicios y productos adecuados.

Otros informes ponen el énfasis en la necesidad de desarrollar estrategias colectivas para el desarrollo de un tema tan complejo con el consumo sostenible. El Foro Integrador de Estrategias preparado por el SPAC Watch Report por mandato de la Coalición Internacional para la Producción y Consumo Sostenible contribuye a entender lo que piensan las ONGs de las acciones desarrolladas por los gobiernos occidentales en materia de consumo sostenible. Este informe pretendía aumentar la movilización de los gobiernos, la industria y los medios de comunicación sobre el consumo sostenible.

Pese a que el ámbito del consumo sostenible fuerte no es un tema muy fácil de estudiar en economía y en gestión, algunos académicos han tratado el tema tanto

desde una perspectiva más sociológica como desde una perspectiva técnica relacionada con los impactos medioambientales.

Interesantes estudios se han realizado sobre la voluntad y la capacidad de los consumidores de reducir el consumo y las necesidades de cambio en los hábitos de consumo. Hoy en día, solamente algunas de las ideas extraídas de estas investigaciones han logrado llegar a los discursos institucionales sobre el consumo sostenible. Algunas agencias nacionales e internacionales como el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (en sus siglas en inglés IIED) o la Comisión de Oxford para el Desarrollo Sostenible han asumido el papel de “traductores” entre los políticos y los científicos a este respecto. Sin embargo, los resultados todavía no se han hecho evidentes para el gran público (Fusch 2005).

2.3. Organizaciones de la Sociedad Civil: Clasificaciones

Una investigación sobre la sociedad civil y el consumo responsable necesita una o varias clasificaciones de las múltiples organizaciones con las que nos encontramos. En el desarrollo de clasificaciones hemos de tener en cuenta la utilidad de la clasificación para el análisis posterior y que los criterios de clasificación definidos se realicen de forma inductiva.

Para este informe hemos considerado interesante realizar dos tipos de clasificaciones:

1. Una primera clasificación que se deriva del objetivo principal o misión de las organizaciones. En este sentido podríamos hablar de “organizaciones medioambientales”, dedicadas principalmente a la defensa o protección del medio ambiente, “organizaciones sociales”, dedicadas principalmente a la defensa de los derechos de las personas y colectivos más desfavorecidos, y “organizaciones de consumidores” orientadas a la protección de los derechos del consumidor.

Esta clasificación puede ser de utilidad por su simplicidad, pero en la medida en que las organizaciones de la sociedad civil o tercer sector, se hacen más complejas, se queda corta para recoger los principales tipos de organizaciones con los que nos encontramos.

2. Una segunda clasificación basada en los procesos de relación desarrollados por las ONGs con los demás agentes sociales. Esta clasificación, es más compleja y a menudo las fronteras entre las categorías son difusas ya que una misma organización puede realizar campañas de boicot y colaborar con las empresas. No obstante, hemos considerado interesante realizar esta tipología debido a que nos ayuda a entender cuál es el mejor tipo de relaciones que el CAR/PL puede desarrollar con cada una de las organizaciones de la sociedad civil.

En la publicación “La ONG del siglo XXI” (SustainAbility, 2003), elaborada por SustainAbility, UNEP y el UN Global Compact, las organizaciones de la sociedad civil se clasifican de forma innovadora combinando dos factores que pueden permitir un análisis más riguroso, su perfil más o menos integrador, y su mayor o menor capacidad de discriminación. Combinando estos factores, se deducen cuatro tipos, que SustainAbility denomina en clave marina “tiburones”, “orcas”, “Leones Marinos” y “delfines” (ver tabla 4).

Tabla 4: Clasificación ONGS

| Tiburones, Orcas, Leones Marinos y Delfines | | |
|--|---|---|
| | Polarizadores Dirigidos a lograr el cambio causando problemas al status quo a través de la confrontación | Integradores Dirigidos a lograr el cambio a través de colaboraciones constructivas con las empresas, gobiernos y otros agentes. |
| Discriminadores Estudian los objetivos para comprender cómo comprometerlos mejor | Orca - Muy inteligente - Estratégica - Independiente - Impredecible - Se come a los Leones marinos y a algunos delfines | Delfín - Gran capacidad de aprendizaje - Adapta las estrategias y su comportamiento al contexto - Creativo - Elude a los tiburones |
| NO Discriminadores No discriminan entre objetivos | Tiburón - Actúa instintivamente - Táctico en el mejor de los casos - Ataca a cualquier objetivo en peligro - A menudo ataca en manada - Frenesí comilón | León Marino - Le gusta agrandar - Profesional con buena formación - Prefiere no nadar contra corriente - Se inquieta si se le separa del grupo |

Fuente: (Sustainability 2003)

En nuestra investigación, aplicaremos esta última clasificación, centrada en su mayor o menor capacidad de integración y de discriminación, en el análisis de las organizaciones en el Sur de Europa, donde hemos encontrado una mayor complejidad y variedad de instituciones. Utilizaremos la primera clasificación, centrada en el objetivo principal de la organización, en el resto de países.

2.4. La sociedad civil y sus retos de coordinación global.

El análisis del tercer sector supone en sí un reto debido a sus características intrínsecas: el tercer sector se caracteriza por ser enormemente plural, integrado por un gran número de organizaciones de tamaño, cultura, procedencia y recursos diversos, en los que los servicios prestados en cada uno de los diferentes ámbitos de actividad, pese a que nos centremos en el desarrollo del consumo sostenible, son con frecuencia parecidos, y en el que la sensibilización de la sociedad y la relación con los “donantes” resulta el eje clave de supervivencia pero a la vez el mayor peligro de pérdida de misión intrínseca.

Esta lógica de pluralidad, que la mayoría de las organizaciones comparten desde un punto de vista teórico, a veces no se traduce, en la realidad de los países del Mediterráneo, en un alto grado de colaboración. Observamos un sector altamente diversificado, multiforme y plural, lo que también significa un sector fragmentado y atomizado (Vernis 2004).

Son precisamente estas características de flexibilidad, agilidad y compromiso social las que hacen que el sector no lucrativo aparezca hoy como una opción en el contexto de la gobernanza global marcado por las crisis de los sectores institucionales. Sin

embargo, son las características de fragmentación, atomización y falta de transparencia las que hacen que este sector deba ser analizado cuidadosamente entendiendo bien todas las implicaciones de la otorgación de mayores poderes políticos y ámbitos de actuación.

2.4.1. Los problemas del desarrollo de estrategias colaborativas

La colaboración entre las ONGs es una de las asignaturas pendientes. Según Vernis (2004) algunos de los factores que explican este bajo grado de colaboración sistemática y de coordinación son los siguientes:

- *La competencia por recursos y por usuarios.* El nuevo entorno institucional, operativo y financiero resultado de una creciente política de delegación del Estado en organizaciones privadas provoca un elevado grado de oportunidad, por un lado, pero también de competencia entre las ONGs y/o las empresas por la obtención de recursos, fundamentalmente contratos de servicios y por la captación de usuarios y/o socios. Este clima de competencia se traduce en la práctica en un cierto aislamiento de las organizaciones que guardan la información para ellas mismas y desconfían del trabajo conjunto. Esta percepción ha sido probada como errónea por sectores más avanzados en la gestión y competencia por los recursos como las empresas ya que la colaboración a menudo ayuda a canalizar recursos y a compartir conocimientos que potencian la calidad de los servicios ofrecidos.
- *La dispersión de esfuerzos.* Este fenómeno es frecuente en las estructuras de segundo nivel (cuya dinámica esta explicada en el apartado 2.4.2.2.) que se han multiplicado enormemente en los últimos tiempos siguiendo una lógica territorial, sectorial e institucional. No es raro encontrar coordinadoras y federaciones comarcales, provinciales, autonómicas y estatales. Sin embargo, la lógica de la coordinación es más difícil de encontrar a nivel de los países del Mediterráneo. Frecuentemente el problema de estas federaciones a diferentes niveles es el solapamiento de sus funciones y la falta de coordinación entre ellas.
- *Falta de tiempo.* La presión y las prisas características de la gestión diaria resultan un impedimento a la buena gestión de cualquier tipo de organización. La falta de profesionalidad y educación en la gestión, el poco tiempo dedicado al desarrollo de la misión y de los objetivos estratégicos de las organizaciones hacen que muchas de ellas sean gestionadas en base a una lógica de “apagar fuegos” más que a una lógica de gestión de la eficiencia en el largo plazo.
- *Falta de recursos.* Todo proceso de colaboración necesita ser gestionado, lo que implica una cierta dedicación de recursos financieros, materiales y humanos. Las organizaciones pequeñas y muy tensionadas en sus recursos siempre tienen mayores dificultades para la colaboración aunque también mayores incentivos. En el sector privado, son precisamente las pequeñas empresas las que tienden a desarrollar un mayor número de colaboraciones con sus pares para aprovechar sinergias y recursos. Este ejemplo podría ser seguido por las ONG en el caso de que logran construir de forma clara el “caso de negocio” de la colaboración.
- *Los personalismos.* La colaboración exige saber escuchar, una buena dosis de humildad y espíritu crítico, así como cierta curiosidad hacia el otro y tolerancia a la diferencia, características que son más difíciles de encontrar en las organizaciones muy personalizadas.

- *Una cultura de la organización adversa al cambio.* Con frecuencia, las organizaciones que se resisten a colaborar son aquellas cuya cultura organizativa impide el cambio y la introducción de nuevas ideas. Estas organizaciones, faltas de creatividad y de una visión clara, se aferran habitualmente a normas y regulaciones obsoletas y temen una pérdida de autoridad.
- *Experiencias negativas.* Reuniones interminables sin objetivos claramente fijados, incapacidad de gestionar los flujos de información generados, expectativas frustradas, falta de resultados tangibles a corto plazo, problemas de comunicación, etc., son experiencias a menudo vividas en todas las organizaciones con déficit de profesionalidad en la gestión. Tradicionalmente, los trabajadores del tercer sector se han dedicado a estas organizaciones como segundo empleo y/o no provienen del mundo de la gestión. Sin embargo, cada vez se están incorporando más profesionales de la gestión a estas organizaciones.

Por otro lado se observan en el ámbito del tercer sector fuerzas dinámicas que fomentan la cultura de la colaboración:

- *La participación de problemáticas complejas,* que necesitan ser abordadas desde puntos de vista diversos, con enfoques transversales y pluridisciplinares y cuya solución sobrepasa las capacidades de una sola organización. La multiplicación de los foros, plataformas, campañas conjuntas protagonizadas por diversas organizaciones del tercer sector es un ejemplo de este fenómeno.
- *La creciente demanda de transparencia,* de eficiencia en la utilización de recursos y de racionalización de los servicios prestados que algunas agencias de financiación empiezan a manifestar. La cooperación entre las organizaciones de la sociedad civil resulta imprescindible para asegurar mayores niveles de transparencia y poder proveer de procesos de aseguramiento y rendición de cuentas a las organizaciones que lo necesitan. La cooperación para el desarrollo es un ejemplo ya que empiezan a desarrollarse, de manera sistemática, auditorías y evaluaciones ex -post para medir los resultados y el impacto de la intervención de las organizaciones.
- *La voluntad y el deseo de los usuarios y beneficiarios de una mayor concentración* entre las organizaciones con las que trabajan.
- *El reconocimiento, por parte de las administraciones públicas,* del tercer sector como actor político por derecho propio con el que es necesario dialogar, y la necesidad de identificar uno o varios interlocutores válidos capaces de representar los intereses del sector. La reciente elaboración de libros blancos del sector cívico, en España pero también en otros países de la Unión Europea, pone de relieve no sólo el creciente interés de las administraciones públicas en el sector no lucrativo, sino también la superación de la cultura de la caridad.
- *El desarrollo de las nuevas tecnologías* y la revolución que implican en lo que a información y comunicación se refiere y el impacto que éstas tienen en las formas organizativas y en la capacidad de movilización.

2.4.2. Los diferentes tipos de colaboración

Los parámetros de colaboración utilizados por las diferentes entidades de la sociedad civil son distintos y a menudo varían en función de los temas en los que trabajan las organizaciones. Los motivos de colaboración no varían sustancialmente de los

abogados por cualquier otro tipo de organizaciones que expresen su necesidad o deseo de formar entidades colaborativas. Vernis (2004), enumera los tipos de colaboración relacionados con los siguientes parámetros:

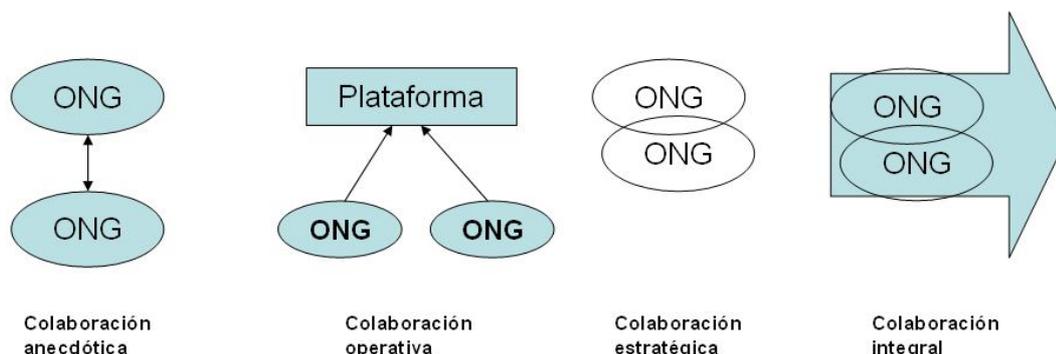
- Horizonte temporal. La colaboración puede ser puntual, para un proyecto o programa determinado o permanente para crear espacios de trabajo común, creación de foros, plataformas, etc.
- Objetivos del trabajo en la colaboración. La colaboración puede nacer para fomentar el diálogo, sobre todo con terceros, y conseguir una legitimidad del sector, una cohesión del discurso, por ejemplo, el trabajo de estructuras de segundo nivel y también las redes, o para desarrollar un programa conjunto de actuación, como una campaña.
- Ámbito de actuación. La colaboración puede ser sectorial y/o territorial, como sucede con las estructuras de segundo nivel.
- Nivel de compromiso y de dedicación de los recursos exigidos. Las posibilidades de la colaboración son infinitas, desde la simple circulación de la información o la participación en redes virtuales hasta la necesidad de adaptar las actividades, compartir recursos y reforzar capacidades, todo ello no sólo en beneficio de todos, sino también con un objetivo común.

Las colaboraciones además, no son estáticas sino que evolucionan con el tiempo a medida que los actores se conocen y generan confianza.

Vernis (2004) propone el siguiente esquema de niveles de cooperación. Argumenta que estos niveles de cooperación varían entre dos extremos en su nivel de compromiso y dedicación de recursos: colaboración operativa y estratégica.

- La colaboración anecdótica es la basada en un horizonte temporal reducido y con un objetivo a corto plazo muy concreto. Requieren poco esfuerzo y un nivel de compromiso reducido.
- La colaboración operativa es aquella formada por las ONGs y una plataforma institucional supra-organizacional. Este es el caso de las coordinadoras locales o nacionales. Requiere un alto grado de colaboración por parte de la gestora de la plataforma pero a menudo el grado de implicación por parte de las ONGs colaboradoras no debe ser tan alto. Suelen ser colaboraciones duraderas en el tiempo pero que no afectan al desarrollo estratégico de la organización.
- Colaboración estratégica. Este tipo de colaboración se da cuando los objetivos de trabajo de las organizaciones que colaboran convergen. Este tipo de colaboración requiere fijar los objetivos estratégicos muy claramente y coordinar los planes de acción.
- Colaboración integral: es aquella en la que se comparten objetivos estratégicos y los planes de acción son elaborados de forma conjunta. La colaboración integral requiere de un alto nivel de compromiso y dedicación por parte de las diferentes organizaciones que crean la colaboración.

Gráfico: Niveles de Colaboración de las ONGs



Fuente: (Vernis 2004)

Como sucede con cualquier tipo de organización, las etapas de colaboración no siempre evolucionan de forma lineal ni empiezan por un tipo de colaboración más simple. El tipo de colaboración deberá ser escogido en función de las necesidades estratégicas de cada una de las organizaciones pero también en función de las capacidades y predisposición al trabajo en colaboración.

2.4.2.1. La colaboración en red

Una de las formas más flexibles de colaboración pero a la vez más ricas en cuanto a los niveles de aprendizaje que generan para sus miembros, es la colaboración en forma de creación de redes.

Se ha escrito mucho sobre las redes y sus características y son numerosas las definiciones de redes y los debates que ellas generan. Itriago (2000) argumenta que una red se caracteriza por tener los siguientes rasgos:

- Ser una estructura virtual en la que no existe jerarquía virtual entre sus afiliados. La estructura de las redes es horizontal y muy flexible, permitiendo, en determinados casos, la asociación temporal de las organizaciones.
- Las redes pueden integrar estructuras de diferente naturaleza y dimensión. Un ejemplo lo encontramos en el foro americano Independent Sector, que trabaja para promover la filantropía, el voluntariado, las iniciativas sin ánimo de lucro y la acción social. El foro engloba más de 700 organizaciones americanas, fundaciones, organizaciones no lucrativas y empresas, todas ellas comprometidas con la implicación ciudadana y el desarrollo del tercer sector sin ánimo de lucro.
- Normalmente, las redes tienen objetivos propios, actividades también características, y no son el resultado de la suma de los objetivos de sus afiliados. Uno de los objetivos puede ser por ejemplo la creación de espacios políticos para las organizaciones de base de la comunidad en que se desarrollan las redes.
- Las redes están basadas en un principio de interactividad.
- Generalmente, esta fórmula se utiliza para el intercambio de información y de experiencias en beneficio de las organizaciones asociadas en la red.

2.4.2.2. Las estructuras de segundo nivel

Las estructuras de segundo nivel constituyen una interesante forma de colaboración para las organizaciones que poseen objetivos similares pero ámbitos de actuación territorial distintos. Estas estructuras suelen conformarse en coordinadoras y federaciones y son creadas por un conjunto de organizaciones que necesitan compartir conocimientos o acceso a niveles políticos determinados como las administraciones públicas.

Las coordinadoras y federaciones pueden ser territoriales y/o sectoriales. Las estructuras territoriales surgen para coordinar las actuaciones de diferentes organizaciones en un mismo ámbito físico. Las estructuras sectoriales surgen para coordinar el trabajo de entidades que comparten colectivos y/o ámbitos de trabajo, y que tienen objetivos similares.

Los principales incentivos de las ONGs para pertenecer a este tipo de estructuras son:

- Mantener el contacto con otras entidades
- Intercambiar experiencias
- Aumentar la capacidad técnica
- Obtener viabilidad, influencia y legitimación
- Obtener subvenciones públicas

Algunas de estas estructuras con misiones claramente definidas han obtenido logros importantes para las organizaciones asociadas y poseen hoy en día gran notoriedad.

2.5. La colaboración de la sociedad civil con empresas y organismos internacionales para el desarrollo del consumo sostenible.

Uno de las propuestas más estudiadas para la mejora de la gobernanza global en materia de consumo sostenible es el desarrollo de nuevas estrategias colaborativas por parte de las ONGs más relevantes. Las ONGs sirven a menudo como catalizador de las inquietudes sociales pero también como difusor del conocimiento desarrollado tanto por las organizaciones internacionales como por los académicos. Estas coaliciones y trabajos en alianzas deberían, en primer lugar, reabrir el debate de qué se entiende por consumo sostenible fuerte, y si el trabajo hacia este consumo sostenible debe hacerse desde las divisiones de "Tecnología, Industria y Economía" o debe tratarse como un fenómeno sociológico global más cercano al consumidor (Fuchs 2005).

Estas alianzas deberían trabajar en pro del desarrollo de la transmisión del conocimiento bidireccional: por una parte el de las organizaciones internacionales y la academia hacia las ONGs sobre aspectos técnicos y estratégicos. Por otra parte, el de las ONGs a la academia y organizaciones internacionales para transmitirles no solamente los valores sociales, altamente cambiantes y diversos dependiendo de las variables geopolíticas y demográficas sino también para operativizar las estrategias.

Varios problemas se derivan de este tipo de alianzas: en un primer lugar los problemas relacionados con los principios de legitimidad. Las ONGs son organizaciones que si

bien suelen estar más cerca de los intereses sociales que otras organizaciones como las empresas, son por definición asociaciones de personas individuales que no poseen representatividad democrática ante la sociedad. Las ONGs, incluso las que trabajan en consumo sostenible, a menudo presentan programas y valores antagónicos. La creación de mesas de diálogo entre ONGs, organizaciones internacionales y academias podría ayudar a mejorar el entendimiento y trabajar hacia una agenda de consumo sostenible común. Sin embargo, esto requiere un alto grado de esfuerzo de coordinación y una entidad supranacional con el mandato de realizar este esfuerzo.

Un segundo obstáculo de las alianzas ONGs, organizaciones internacionales es el de la capacidad de actuación debido a la escasez de recursos. Estas alianzas compiten en el desarrollo de valores con las grandes empresas multinacionales y las instituciones públicas que dominan los medios de comunicación, en el caso de las empresas, y los de enseñanza en el caso de las instituciones públicas. Llegar al gran público sin entrar en la gestión de los medios de comunicación resulta una tarea muy complicada.

Por otro lado es preciso que las ONGs hagan un esfuerzo para aumentar su credibilidad y transparencia, introduciendo mecanismos de rendición de cuentas en todos sus procesos y publicando sus objetivos fundacionales así como sus principales donantes. Por otro lado también es necesaria la mejora en la eficiencia de la gestión de los proyectos para demostrar que las ONGs pueden ser importantes motores de cambio.

3. ANÁLISIS DE SITUACIÓN EN LOS PAISES MIEMBROS DEL PAM

3.1. Análisis de los Balcanes

3.1.1. Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles⁴.

Cuando hablamos del área o región de los Balcanes en relación con el Mediterráneo nos referimos a Eslovenia, Croacia, Bosnia Herzegovina, Serbia, Montenegro y Albania. En el caso de Montenegro, buena parte de los datos disponibles son anteriores a su separación de Serbia en 2006, por lo que en este análisis lo estudiaremos conjuntamente con este último país.

No se puede analizar y entender la situación económico-social de esta región sin hacer referencia a los dos acontecimientos más trascendentes que han tenido lugar durante los últimos 20 años. Por un lado, la caída del bloque soviético y la consiguiente transición de un modelo público centralizado hacia un modelo de libre mercado, y por otro los dramáticos conflictos armados que derivaron en la desmembración de Yugoslavia en favor de los estados actuales.

La caída del modelo soviético a principios de los 90, trajo consigo una difícil reestructuración económica que se vio fuertemente exacerbada por los conflictos bélicos posteriores, provocando una recesión a nivel regional que sólo en los últimos años ha empezado a superarse. Estos cambios económicos estructurales pueden reflejar parcialmente los diferentes modelos de consumo actuales, pero su mayor influencia ha sido en el crecimiento del comercio internacional.

El aumento en las transacciones internacionales, especialmente con la UE, ha propiciado una cierta preocupación por adecuarse a los requerimientos y condiciones comerciales de países con políticas sociales y medioambientales desarrolladas. Sin embargo, todavía quedan muchos pasos a dar tanto a nivel político como económico para llegar a igualarse con los vecinos de Europa Occidental. Como ejemplo, la 'intensidad' en el uso de energía o las emisiones de CO₂ en esta región, son significativamente superiores a las de la UE, a pesar de tener unos niveles de actividad económica muy inferiores.

Tendencias en el consumo privado

En todos los países de la región, el consumo de los hogares supera el gasto público de sus gobiernos, estando, sin embargo, muy por debajo de la media de la UE. En términos de poder adquisitivo, la capacidad de consumo de las familias se ha recuperado de las mencionadas crisis más rápidamente que el PNB, superando desde hace un par de años los niveles de 1990. Si bien esta recuperación ha tenido un impacto positivo en el aumento de la calidad de vida o bienestar social, también ha traído consigo mayores y más fuertes impactos medioambientales.

En muchos de los países de esta región, la proporción de población viviendo por debajo del umbral de la pobreza es todavía considerable y muchos, especialmente en

⁴ A partir de los siguientes informes: **EEA Report (2007)**, Sustainable Consumption and Production in South East Europe and Eastern Europe, Caucasus and Central Asia – UNEP & EEA

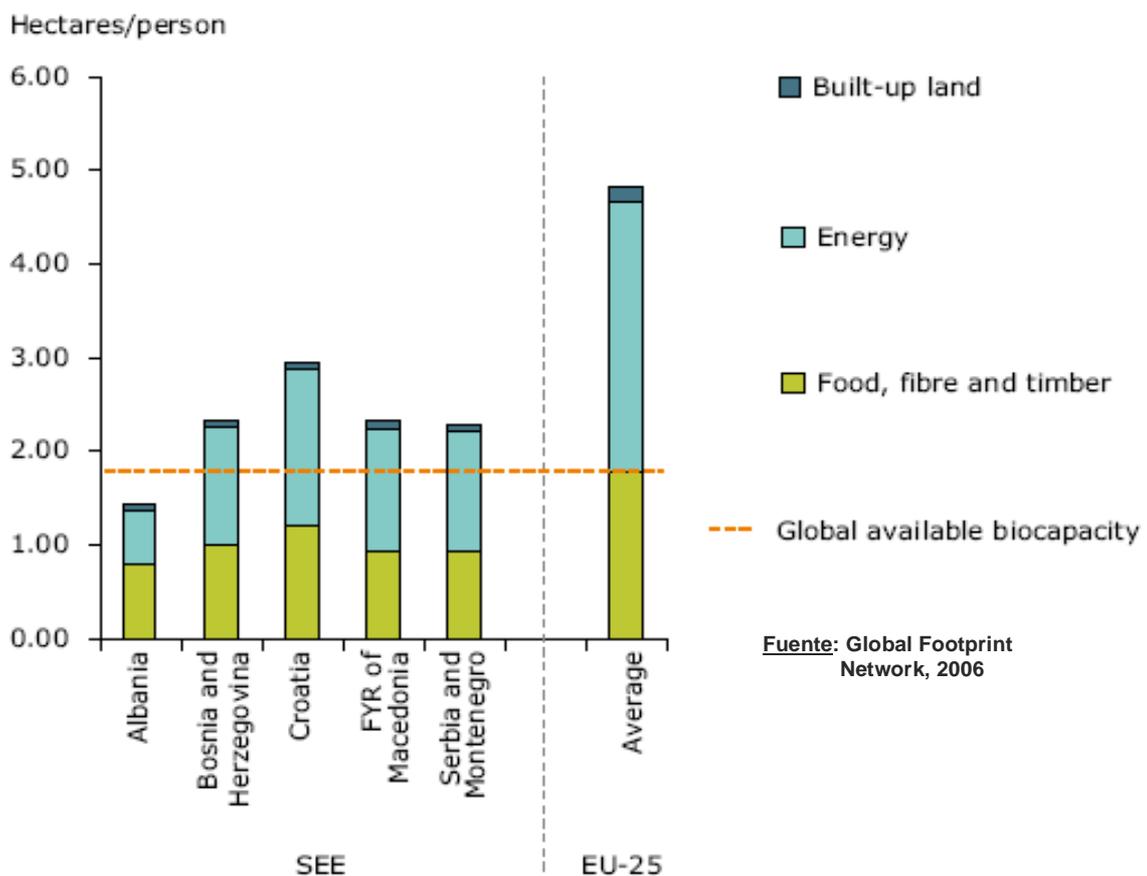
UNEP/EEA (2007), Sixth Ministerial Conference "Environment for Europe"
Belgrade, Serbia 10-12 October 2007

áreas rurales, no tienen acceso a necesidades básicas como el agua potable, combustibles o alimento suficiente. Por otro lado, se destaca el crecimiento de la clase media urbana y la aparición de una pequeña pero creciente clase alta que está adoptando los modelos de consumo occidentales menos sostenibles.

Mientras los alimentos y el textil son las dos categorías que dominan el consumo de los hogares, el gasto energético, los electrodomésticos, el transporte y las comunicaciones son segmentos que están experimentando un fuerte crecimiento.

Una tendencia reconocible es la de los crecientes niveles de urbanización. Esto plantea un dilema por cuanto implica mayores impactos medioambientales a partir del aumento en consumo de agua y electricidad, de generación de residuos, de transporte, etc., que son percibidos, a su vez, como signos de bienestar por la población.

Huella ecológica vs. bio-capacidad global disponible per cápita (2003)



Desarrollo de políticas de Consumo y Producción Sostenibles

A diferencia del enfoque que se da en la UE en relación a estas políticas, centrándolas en reducir el consumo, en los países balcánicos la política debería enfocarse en mejorar la eficiencia en producción, consumo y uso de recursos. Por otro lado, la reestructuración económica por la que pasan estos países ofrece una oportunidad única para guiar los modelos de consumo hacia la sostenibilidad, antes de que se alcancen los excesivos niveles de la Europa Occidental.

Aunque en los últimos años se adquirieron compromisos estratégicos y hubo declaraciones políticas que incluyen el consumo y producción sostenibles como un

objetivo público, todavía no desarrollaron muchas iniciativas en relación con estos temas.

Entre las distintas razones que explica esta situación, se destacan la débil percepción del problema que para algunos gobiernos supone el tema del consumo, así como el funcionamiento de la coordinación interministerial e intersectorial en estos países.

El gasto público, estimado entre el 5% y el 15% del PNB en función de cada país, se revela como una herramienta de gran utilidad para propiciar cambios positivos tanto en el medio ambiente como en la economía del país. Sin embargo, es sólo en estos últimos años en los que están apareciendo desde las administraciones algunas iniciativas piloto como proyectos en centros de producción limpia, eficiencia energética y eco-tecnología.

Los retos a encarar durante los próximos años pasan por involucrar a las empresas en la gestión del medioambiente así como en la adhesión a políticas de consumo responsable y producción sostenible. Por otro lado, el desarrollo de la legislación y, sobre todo, el cumplimiento de la misma se revelan junto con otros esfuerzos como la puesta en marcha de mecanismos a favor de implantar tecnologías limpias o la promoción del ahorro en consumo de servicios y recursos naturales, como factores clave a la hora de lograr una situación medioambiental y socio-económica favorable.

Segmentos relevantes en el consumo

Producción y consumo de alimentos

Los problemas más graves en este sector económico del consumo y la producción provienen, principalmente, de los usos agrícolas. El sistema centralizado de la era soviética en que primaban las razones estratégicas o políticas frente a los criterios de eficiencia, y en el que además las rentas de los agricultores no dependían directamente del rendimiento de sus cultivos, provocaron un grave desajuste entre las posibilidades de la tierra, la necesidad de recursos (agua, combustible y mano de obra), y la productividad de los cultivos. Esta situación ha empeorado durante los años del conflicto bélico, por falta de recursos y apoyos institucionales, así que por la migración desde las áreas rurales hacia la ciudad.

El deterioro medioambiental provocado por estas políticas y conflictos, limita la capacidad de producir alimentos, lo que a su vez propicia consumos y producciones de alimentos insostenibles que realimentan el deterioro medioambiental.

Los problemas derivados de la salinidad y erosión del suelo, así como la contaminación de las aguas no se han resuelto, debido a la gestión del riego, la ausencia de legislación en cuanto al tratamiento y recolección de purines, y la falta de planificación.

Esta falta de desarrollo en la agricultura plantea, sin embargo, buenas oportunidades para promocionar la agricultura orgánica o ecológica gracias al reducido, aunque creciente, uso de pesticidas y fertilizantes, al elevado número de granjas y a la gran disponibilidad de mano de obra agrícola. Sería necesario, de todos modos, un esfuerzo importante de sensibilización y difusión de esta forma de agricultura entre la población, ciertos apoyos financieros y formativos a los agricultores, y una política bien definida y regulada.

Consumos de edificios y residencias

El consumo energético proveniente de edificios públicos, privados y comerciales es muy importante, suponiendo en muchos casos alrededor de un tercio del consumo

total del país. La disponibilidad de energía barata, la falta de aislamientos eficientes y el clima frío, favorecen la proporción de este consumo.

Otro foco de atención es el consumo de agua, tanto fría como caliente, por parte de los hogares, que sigue siendo elevado. Las principales causas responden a la falta de incentivos a la reducción del consumo, como consecuencia de la escasa información en este sentido, las tarifas artificialmente bajas y la ausencia de contadores y, por tanto, de pago en función de la cantidad consumida (en muchos hogares se paga un fijo independientemente del consumo)

Nuevamente, la reconstrucción, restauración y construcción de viviendas, en auge durante estos últimos años, presenta una oportunidad para paliar el problema del consumo de agua y electricidad en los hogares, merced a los nuevos diseños y materiales concebidos para una mayor eficiencia térmica, así como a los ahorros derivados de la concentración de viviendas en bloques en contraste con las casas aisladas. Las barreras se presentan en forma de insuficiente financiación, ausencia de instrumentos que promuevan la eficiencia energética y la falta de legislación y regulación al respecto.

Transporte

El crecimiento económico actual unido a la adopción del modelo occidental por parte de las clases media y alta, han provocado un rápido aumento en el número de vehículos particulares con el consiguiente efecto en el consumo de energía y emisión de gases contaminantes. El deterioro de la red pública de transporte derivado de la falta de inversión pública ha venido a sumarse a los factores anteriores, haciendo muy difícil un cambio de tendencia. En algunos de los países, además, los combustibles son de baja calidad y precio, por lo que su efecto contaminante se multiplica.

Una vez más, la legislación y promoción desde las administraciones públicas se manifiestan como el mejor modo de controlar este problema, mediante medidas de inversión en transporte público, mejora de las infraestructuras, creación de carriles dedicados para autobuses o tranvías, etc.

Gestión de residuos

Este es uno de los principales problemas de la región tanto por su impacto ambiental como por su impacto social. A nivel industrial, la generación de residuos en la región es muy elevada, debido fundamentalmente a las industrias extractivas y procesadoras a gran escala. Una parte significativa de estos residuos es peligrosa y muy contaminante, de la cual solo una pequeña fracción se trata con criterios medioambientales. El crecimiento económico está, asimismo, generando un aumento constante de residuos, especialmente en la industria, aunque también en los municipios.

Prácticamente todos los residuos municipales se entierran o depositan en vertederos legales o ilegales que no cuentan con sistemas adecuados. El reciclado, la incineración o la reutilización de escombros o materiales residuales son muy poco frecuentes pero los países empiezan a plantearlos como por ejemplo Croacia.

Oportunidades

La reestructuración social y económica presente en la región ofrece una oportunidad única para establecer modelos de producción y consumo más eficientes y seguros, a la vez que para mejorar el bienestar de la población. Algunos elementos del pasado soviético como la infraestructura ferroviaria o los sistemas comunitarios de calefacción podrían resultar muy útiles para fomentar modelos más sostenibles.

Las claves para el éxito en las medidas de consumo y producción sostenibles pasan por el desarrollo de políticas y estrategias nacionales, el cumplimiento de las mismas y la sensibilización ciudadana.

3.1.2. Consumo Sostenible y Sociedad Civil⁵

3.1.2.1. Tipología de las organizaciones y promotores

Existen notables diferencias entre los cinco países que conforman la región balcánico-mediterránea en cuanto a organizaciones de la sociedad civil se refiere, tanto en número como en actividad. Los últimos años, en paralelo con el crecimiento económico, han propiciado una tendencia a asociarse y agruparse en organizaciones de distintos tipos que no había podido darse durante los años del conflicto tanto por motivos directos (falta de recursos) como indirectos (temor a la represión). Este aumento de organizaciones de la sociedad civil no ha venido siempre asociado a un aumento en recursos, por lo que podemos encontrar un gran número de organizaciones que cuentan únicamente con algunos voluntarios y mucha motivación.

Tal vez por haber sido creadas tan recientemente, muchas de las organizaciones sociales están enfocadas hacia problemáticas locales e internacionales de máxima actualidad, destacando el gran número de ONGs dedicadas al ámbito medioambiental y cambio climático. Si bien es cierto que es éste un tema importante para estos países por los fuertes impactos que conlleva, en muchos casos se intuye una especialización y sensibilización al mismo nivel que en los países de Europa Occidental. No cabe duda de que la apertura hacia los países europeos del entorno ha propiciado un trasvase de información y experiencias que ha enriquecido notablemente a los movimientos locales.

Entre las organizaciones que tratan el tema del consumo y producción sostenibles, dejando de lado agencias o instituciones gubernamentales, destacan las que provienen del ámbito social comunitario (asociaciones locales, promotores del ecoturismo, etc.), y las que lo hacen desde el ámbito medioambiental, siendo estas últimas las más numerosas y relevantes.

Las organizaciones de defensa del consumidor, sin embargo, rara vez incluyen entre sus proyectos el concepto de consumo sostenible, estando todavía en proceso de consolidación (son generalmente de reciente creación), y más enfocadas a la educación de la ciudadanía en cuanto a los derechos que tiene, los pleitos con los vendedores, etc.

En términos generales, por tanto, el consumo sostenible se asocia a la defensa y preservación del medio ambiente, y se promueve conjuntamente con otras iniciativas como mantener la biodiversidad, reducir el uso indiscriminado de recursos naturales, etc.

3.1.2.2. Categorización de Iniciativas

A la hora de analizar y agrupar iniciativas relacionadas con el consumo sostenible en el área balcánico-mediterránea, cabe destacar que las diferencias entre los distintos países que conforman la región unidas a las propias características de cada organización, dan como resultado un amplio espectro de iniciativas distintas. Sin embargo, la mayor parte de las mismas puede agruparse en bloques atendiendo a los

⁵ Información obtenida a partir de la investigación propia a través de fuentes primarias y secundarias.

objetivos perseguidos, el público al que van dirigidas y al tema principal en que se fundamentan.

Las tres grandes líneas en que se agrupan las principales iniciativas desarrolladas por las organizaciones de la sociedad civil en los Balcanes serían las siguientes:

a) Promoción, divulgación y sensibilización.

En este apartado tendrían cabida las iniciativas que buscan dar a conocer y divulgar el concepto de consumo sostenible entre organizaciones, administraciones, empresas y ciudadanos. Se trata del tipo de iniciativas más común en todos los países de la zona, con una lógica de “empezar por el principio”, como por las reducidas financiación y estructura necesarias para su puesta en práctica. Especializando un poco más la naturaleza de estas iniciativas, podríamos distinguir entre las campañas de divulgación hacia la población, los proyectos de investigación, los programas formativos y educativos dirigidos tanto a niños y jóvenes como a expertos y académicos de materias afines, los proyectos de asesoramiento y/o presión a las administraciones públicas para crear o mejorar la legislación correspondiente, y un panel extenso de actividades similares a las expuestas. A modo de ejemplo, podemos mencionar el campamento de verano que prepara la organización eslovena Slovenski E-Forum, basado en la temática de la energía y dirigido a jóvenes estudiantes y profesionales. Bajo el título de “Integral Energetics”, la iniciativa trata de formar a estos jóvenes en todos los aspectos relativos al uso de la energía y su impacto en el medio ambiente, dando especial relevancia a las energías renovables, el uso racional y ahorro del recurso, o la correlación entre abuso en el consumo energético y cambio climático.

b) Puesta en práctica de criterios de sostenibilidad.

En este caso, se trata de iniciativas destinadas a mostrar la viabilidad de aplicar criterios de consumo o producción sostenibles, tanto al gran público como a empresas u otras organizaciones. Por ser el coste habitualmente mayor, así como más compleja su planificación y ejecución, estas iniciativas son mucho menos frecuentes y están ligadas a temas específicos que puedan ser de especial relevancia para el público objetivo de las mismas. Así, por ejemplo, en todos los países se han organizado campañas ciudadanas de reciclado y recogida de residuos y basura, respondiendo al grave problema existente en buena parte de las ciudades (falta de recogida, olores, degradación de los espacios públicos, etc.) y, por tanto, a la significativa sensibilización ciudadana hacia este tema en concreto. En el otro extremo, podemos encontrar iniciativas encaminadas a reducir el consumo de combustibles fósiles como el cambio a energías renovables mediante la instalación de paneles solares o la iniciativa de “día sin coches” organizada por EkoMreza en Bosnia Herzegovina.

c) Eco-turismo o turismo ecológico.

Si bien este tipo de iniciativas podría haberse incluido en el apartado anterior, existen características específicas que sugieren un tratamiento diferenciado. Casi la totalidad de las iniciativas en este sentido, tiene una doble finalidad. Por un lado, ser más respetuosos con el medio ambiente, promover el consumo responsable, los usos sostenibles, etc., pero por otro, promover la llegada de turistas y, por tanto, la generación de ingresos. Desde esta perspectiva, existe un componente de inversión y negocio que no se da en ninguna de las demás iniciativas estudiadas. Estos proyectos, de hecho, se sitúan a caballo entre el enfoque medioambiental y el desarrollo sostenible comunitario, y en muchas ocasiones se llevan a cabo con la participación de otros agentes además de las ONGs. Ejemplos de

ello son el complejo vacacional de Bijambare en Bosnia, o el proyecto de desarrollo del turismo sostenible que en las montañas Serbias de Prokletije, financia la Agencia Española de Cooperación Internacional.

3.1.2.3. Cómo trabajar/ Redes

Los cinco países analizados en este estudio se engloban a nivel geográfico y económico en la zona Sudeste Europea. Esta zona incluye también países sin acceso al Mediterráneo como Macedonia, Bulgaria, Rumanía, Hungría, República Checa, Eslovaquia, etc. Aunque existe cierta diversidad en cuanto a las redes que operan en la región, las dos principales trabajan con los países del Sudeste Europeo (SEE).

- The Regional Environmental Center for Central and Eastern Europe (REC), es posiblemente la mayor y más importante red medio ambiental de la región desde su creación en 1990 por parte de los Estados Unidos, la Comisión Europea y Hungría. Siendo una organización independiente y sin ánimo de lucro, tiene como misión el promover la cooperación entre organizaciones no gubernamentales, gobiernos, empresas y otros “stakeholders” medio ambientales, apoyando el libre intercambio de información y la participación pública en los procesos de decisión medio ambientales. Entre los programas y proyectos que desarrollan, destacan las áreas de formación, de política medio ambiental, de banco de información, apoyo a ONGs, o cambio climático. A lo largo de los años, ha ido creciendo y en la actualidad tiene centros en 17 países de la región, además de la central en Hungría, y acuerdos de adhesión firmados con 29 países de la zona.
- The Balkan Environmental Association (BENA). Más modesta y reciente, esta asociación no gubernamental sin ánimo de lucro creada en 1998, tiene su sede en Grecia, y trabaja con los países del área balcánica. Entre sus objetivos principales están los de examinar y asumir las problemáticas ambientales de la zona, asesorar a los órganos reguladores en cuanto a políticas medio ambientales, coordinar a los distintos países y a sus organizaciones locales con el ánimo de reducir los impactos medioambientales y de crear estrategias comunes, organizar eventos científicos, y desarrollar sistemas de gestión medioambiental de calidad. Hasta el momento, han centrado sus iniciativas en la investigación, la preparación de eventos divulgativos, la publicación de informes y la coordinación de proyectos con instituciones supranacionales, empresas y administraciones públicas.

Aunque su actividad no se circunscribe a los Balcanes o al sudeste europeo si no al Mediterráneo, no podemos dejar de mencionar la red MIO-ECSDE, con central en Grecia, por cuanto una parte de su actividad incluye a los países analizados en el presente estudio. En este caso, se trata de una federación de organizaciones pertenecientes a buena parte de los países del arco mediterráneo. De particular interés por las actividades que lleva a cabo en distintas áreas del medio ambiente y la sostenibilidad, esta organización destaca por estar presente en todos los foros o eventos relacionados con las materias en cuestión en el Mediterráneo, siendo notablemente activa y movilizadora.

3.2. Análisis de Oriente Próximo

Por la región de Oriente Próximo – Mediterráneo entendemos aquellos países del oeste asiático que tienen, además, acceso al mar Mediterráneo y que están incluidos en el Plan de Acción para el Mediterráneo (PAM). De sur a norte, serían Egipto, Israel, Líbano, Siria y Turquía. En el caso de Egipto (a caballo entre Asia y África), su clasificación dentro de este grupo obedece a las particularidades culturales y sociales que comparte con los países árabes asiáticos, de hecho, la tradicional división del mundo árabe entre Maghreb (norte de África) y Mashrek (Oriente Próximo), lo incluye en esta segunda región. Turquía, considerado muchas veces como país perteneciente a Europa, está, sin embargo, mucho más cerca de sus vecinos asiáticos en cuanto al desarrollo de políticas de producción y consumo sostenible, y presencia de organizaciones de la sociedad civil.

3.2.1. Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles⁶

Situación socio-económica

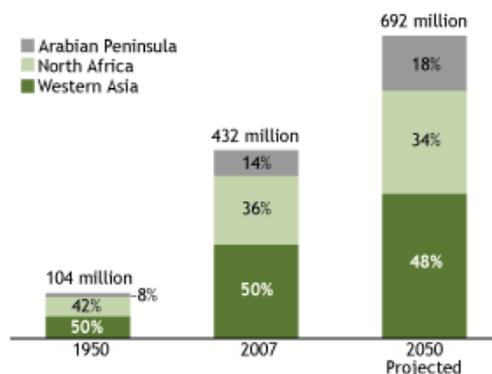
Tras las décadas de los 70 y 80 de desarrollo industrial intenso sin preocuparse de temas ambientales y sociales, los últimos 10 a 15 años han supuesto un paso adelante para la mayor parte de los países de la región, con notables mejoras en los campos de la salud, la educación, el papel de la sociedad civil y la igualdad de género. Sin embargo, la explosión demográfica generalizada y las fluctuaciones económicas derivadas de la fuerte dependencia de los mercados exteriores, han provocado un aumento en las bolsas de pobreza y desempleo que difícilmente podrán solucionarse a corto plazo. Por otro lado, existen graves conflictos políticos y territoriales entre los países de la región que impiden alcanzar una cierta estabilidad sobre la que “avanzar” en el desarrollo sostenible. Como en tantos otros lugares, las últimas décadas han reflejado fuertes flujos migratorios desde las áreas rurales hacia las ciudades, con los consiguientes desequilibrios económicos y sociales (desempleo, caída de la agricultura), así como con notables impactos medioambientales derivados de la urbanización, la mayor necesidad de alimentos, la creciente producción industrial y municipal de residuos, la expansión de áreas marginales, la insuficiente infraestructura de servicios, etc.

El crecimiento económico de la región experimenta continuas fluctuaciones cíclicas como consecuencia de los cambios de precios internacionales de la energía y otros recursos naturales (la región depende enormemente de la exportación), lo que, unido a una desigual distribución de la riqueza y servicios, impide un desarrollo homogéneo y continuado, especialmente entre los grupos más desfavorecidos como son las mujeres y niños.

⁶ A partir de los siguientes textos: UN – ESCWA (2002) Summary of the world summit on sustainable development: assessment report for the escwa region.

Crecimiento de la población en los países árabes (1950 – 2007 – 2050).

Fuente: UNPD, World Population Prospects: The 2006 Revision



El papel de las organizaciones de la sociedad civil es todavía pequeño y muy centrado en asumir servicios no suministrados por el gobierno. En este sentido, será determinante que estas organizaciones crezcan en número e importancia, y vayan cambiando su papel hacia ser representantes de la sociedad y órganos de presión hacia el gobierno y las empresas.

Tendencias y problemáticas relacionadas con el consumo

Producción de petróleo y gas, y extracción de recursos naturales no renovables.

Las significativas reservas petrolíferas y minerales de la región son, a la vez, el principal motor de la economía regional y el mayor obstáculo para diversificar las fuentes de ingreso y tender hacia una economía sostenible. La industria minera y procesadora de minerales industriales y metales ha crecido notablemente, provocando graves impactos medioambientales en la calidad del agua, del aire y de las costas, así como un fuerte aumento de los residuos contaminantes. Por otro lado, esta nuclearización de la economía ha fomentado la migración desde las zonas rurales hacia las áreas industriales, y la necesidad de una mayor infraestructura en servicios de transporte hacia estas últimas. Algunos gobiernos han empezado a promover cambios en esta tendencia, favoreciendo sistemas medio ambientalmente más racionales, y creando centros de producción limpia como los de Egipto o Líbano, que cumplen con los requisitos medioambientales de la Unión Europea. Así mismo, se están generalizando iniciativas encaminadas a reemplazar parte de los consumos de petróleo por consumo de gas natural.

Desarrollo industrial

El sector industrial en la región no se ha modernizado lo suficiente en cuanto a tecnología, creación de valor añadido o gestión del conocimiento, basándose sobre todo en elevados consumos de energía y mano de obra. Además de los correspondientes impactos medioambientales que estos consumos generan, este modelo industrial impide que las pequeñas y medianas empresas puedan competir en los mercados internacionales o encarar la creciente competencia del mercado doméstico. Por otro lado, la falta de tecnología moderna provoca así mismo la generación de grandes cantidades de residuos industriales contaminantes.

La mediana y pequeña empresa, especialmente en la industria manufacturera, se ha ido especializando en productos con buena salida hacia el exterior, como el cemento, químicos, plástico, maquinaria eléctrica, etc. Lo que por un lado es positivo en cuanto a diversificación de la economía, plantea por otro lado un riesgo derivado de los impactos medio ambientales y para la salud que estas pequeñas industrias pueden generar. Para mejorar las condiciones y eficiencia de este tipo de industria, varios países de la zona han creado y habilitado centros industriales, apartados de las ciudades donde pueden racionalizarse los consumos de energía y la recogida y

tratamiento de residuos. Sin embargo, estas iniciativas plantean un nuevo problema derivado del impacto en recursos naturales y suelo que la urbanización trae consigo.

Desarrollo de la agricultura

A pesar de las tendencias de los últimos años, la agricultura continúa siendo un importante segmento de la economía regional, siendo considerada por buena parte de los países de la región como un sector clave por cuanto permite cierta seguridad alimentaria y autosuficiencia en productos de primera necesidad. El proteccionista sistema de subsidios al agua para regadío y productos químicos agrarios, sin embargo, sigue siendo habitual, reforzando modelos de producción insostenibles. Más del 80% de los recursos de agua disponibles en la región se dirigen a este sector de la economía, chocando con la creciente demanda de este preciado bien en las ciudades como consecuencia de la migración interna y el crecimiento demográfico. Por otro lado, este proteccionismo, conjuntamente con el aumento en el uso de pesticidas y fertilizantes, impide que se pueda acceder competitivamente a los mercados internacionales, y adaptarse a las nuevas tendencias impuestas por la globalización de los mercados, suponiendo un fuerte lastre ante posibles acuerdos de libre comercio.

Turismo

A pesar del crecimiento experimentado en la última década, la industria del turismo continua siendo pequeña en la región. Sin embargo, el gran potencial que tiene este sector como fuente de ingresos, aconseja una detallada planificación en aras de preservar el patrimonio histórico, los recursos naturales y las costas. Si bien no puede decirse que hoy en día las prácticas insostenibles relacionadas con el turismo sean un grave problema, tampoco existen medios o directrices que preparen a la región para un eventual aumento de la demanda.

Transporte

El número de vehículos no ha dejado de crecer durante las últimas décadas en toda la región. En aquellos países productores, los bajos precios del petróleo desincentivaron la compra de vehículos o máquinas de bajo consumo o más eficientes, generándose una elevada contaminación del aire por carburantes. Además, en buena parte de los países de la región, la flota de vehículos es muy vieja, siendo más del 60% el número de vehículos de más de 10 años en Egipto y Siria, por ejemplo, y más del 20% el número de vehículos de 24 o más años de antigüedad. En los últimos años, sin embargo, muchos de estos países han reajustado sus precios, lo que debería provocar un cambio de tendencia hacia vehículos menos contaminantes, y han empezado a tomar medidas para paliar el problema de la contaminación en las ciudades (promoción de vehículos a Gas en Egipto, o prohibición de vehículos Diesel en las ciudades del Líbano). El uso y creación de infraestructuras ha crecido en todos los ámbitos (carreteras, vías de tren, aeropuertos), favoreciendo una mayor eficiencia en el transporte pero afectando en muchos casos los espacios naturales.

Urbanización

La urbanización ha crecido y crece sin descanso, provocando fuertes impactos medio ambientales a nivel de recursos naturales, suelo y áreas costeras. La generación de residuos, el derroche del agua, y la contaminación del aire son posiblemente los problemas más graves, pero existen otros más recientes como la destrucción de la vida marina a partir de la urbanización costera, o la proliferación de asentamientos informales sin acceso a recursos básicos alrededor de ciudades y centros industriales.

Patrones de consumo en la región.

El indicador menos sostenible es el del consumo de energía. Los datos en este sentido son poco representativos por la gran disparidad de consumo entre países y entre zonas rurales y urbanas. Si bien el consumo energético de la región se acerca a la media mundial, alrededor del 30% de la población rural (en las zonas más remotas o inaccesibles) no dispone de acceso a la electricidad, mientras en las ciudades, la demanda no deja de aumentar. De hecho, a pesar de que casi toda la población urbana tiene acceso a electricidad y combustible, la calidad de este acceso en muchos casos es inadecuada e insostenible. En general, el sector energético en casi todos los países de la región sigue siendo poco eficiente y poco desarrollado. Por el lado de la oferta, se han hecho fuertes inversiones para promocionar el uso de gas natural en lugar de petróleo, y, últimamente se están poniendo en práctica iniciativas dirigidas a la obtención de energía solar y eólica.

En cuanto a la producción y consumo de bienes y productos industriales, el aumento demográfico y el crecimiento económico han provocado un fuerte incremento del consumo interno, con los consiguientes problemas de generación de basura y residuos contaminantes y peligrosos. A pesar de que en algunos países se han puesto en marcha programas de reciclado y tratamiento de residuos, la falta de información y sensibilización ciudadana, así como la ausencia de incentivos, han restado eficacia a las iniciativas. La adaptación a los requisitos medioambientales en el empaquetado y envío de productos a los países occidentales, no ha servido para instaurar esos mismos criterios a nivel doméstico, sino que ha propiciado que los productos “no sostenibles” sean los que se comercian internamente y en la región.

En el caso del agua, existen notables diferencias entre países en la región de Oriente Próximo, no siendo los países en estudio los más afectados por la carestía del recurso natural. Aún así, la creciente competencia entre la demanda de las ciudades y los usos agrícolas, plantea un problema de escasez que se agrava por la sobre explotación de los pozos, la falta de gestión y planificación adecuadas, y las escasas y erráticas lluvias. Durante los últimos años, varios gobiernos de la región han empezado a tratar el problema no sólo desde el lado de la oferta (aumentar), si no desde el lado de la demanda, intentando sensibilizar a la población acerca de la escasez del recurso, y de la necesidad de controlar y racionalizar su consumo. Estas iniciativas no han tenido mucho éxito debido a la falta de medios técnicos y financieros en su puesta en práctica, así como a la poca información disponible.

3.2.2. Consumo Sostenible y Sociedad Civil⁷

3.2.2.1. Tipología Organizaciones y promotores

La región de Oriente Próximo Mediterránea ha pasado, en su conjunto, por etapas de mucha inestabilidad provocadas fundamentalmente por los conflictos políticos y bélicos que, en algunos casos, permanecen activos. Como consecuencia, la disparidad entre los cinco países que conforman el estudio es más que notable. En Egipto, por ejemplo, existen multitud de organizaciones de la sociedad civil dedicadas a todo tipo de actividades y fines sociales, mientras que en Siria o Turquía, éstas son menos numerosas y más ligadas a actividades económicas o lúdicas. El Líbano dispone de cierta cultura asociacionista ciertamente favorecida por la profusión de organizaciones internacionales que han trabajado en el país a raíz del conflicto bélico de los años 80. Caso aparte es el de Israel, que de hecho, tiene un desarrollo económico y social netamente distinto al de los países de su entorno. En este país, las mayores influencias provienen de otras regiones, sobre todo de países industrializados como EEUU, o la Unión Europea. A pesar de estar en una situación económica mucho más desahogada, la problemática medio ambiental en Israel no dista demasiado de la

⁷ Información obtenida a partir de investigación propia basada en fuentes primarias y secundarias.

de sus vecinos, fundamentalmente por la falta de compromiso en ese sentido por parte del ejecutivo, y la escasa sensibilización ciudadana.

En cuanto a las organizaciones de la sociedad civil que promueven el consumo sostenible, no existe ninguna referencia a organizaciones que se dediquen exclusiva o principalmente a esta materia en la región. Sin embargo, de forma transversal, buena parte de las organizaciones medio ambientalistas consideran este tema como prioritario, y tratan de incorporarlo en sus campañas. En otros casos, los menos, se trata de organizaciones que promueven el desarrollo sostenible desde la lucha contra las desigualdades sociales y la marginación, las que tratan el consumo y producción sostenibles a partir de casos específicos como el del reciclado o el ahorro familiar.

Las asociaciones de consumidores, en muchos casos de reciente fundación, se enfocan principalmente a la defensa de los derechos del consumidor y a la educación ciudadana en torno a la legislación aplicable. Si bien en algunos casos manifiestan incluir entre sus programas la promoción del consumo sostenible.

En general, el concepto inherente al consumo sostenible es bastante desconocido por parte de la sociedad, y por tanto, no existe demasiada sensibilización en ese sentido. En definitiva, y tal y como ocurre en muchas otras regiones en vías de desarrollo, en la actualidad la promoción del consumo sostenible por parte de las organizaciones de la sociedad civil es escasa y puntual, y está fundamentalmente respaldada por organizaciones de defensa y preservación del medio ambiente. Es de esperar, sin embargo, que las recientes incorporaciones del consumo y producción sostenibles en las agendas gubernamentales, favorezca la aparición de nuevas organizaciones enfocadas hacia el consumo sostenible y/o la inclusión del tema por parte de las ya existentes.

3.2.2.2. Categorización de Iniciativas

Un denominador común a todos los países de la región en cuanto al tipo de iniciativas desarrolladas, es el de la educación, formación y difusión del concepto de consumo sostenible y lo que ello conlleva. Existen enfoques, sin embargo, muy diferentes, probablemente en base al público objetivo de las iniciativas y al grado de acogida que éstas puedan tener. Así, por ejemplo, mientras en Turquía y Siria las campañas de difusión y formación están enfocadas a dar a conocer el concepto en sí y a sensibilizar a la población ante la problemática medio ambiental, en Egipto el Arab Office for Youth and Environment (AOYE), ha puesto en marcha un teléfono de atención ciudadana para resolver dudas, recibir avisos o denuncias e informar sobre temas medio ambientales, energéticos, de ahorros de agua, etc.

Otras campañas destacables serían por ejemplo, la de las calles sostenibles en El Cairo a partir de la cual se escoge una calle de la ciudad y se trabaja en ella con la comunidad, los proveedores de servicios, pequeños comerciantes, etc., para conseguir que sea sostenible en la mayor parte de aspectos posible; o tal vez las que promueven valores culturales y sociales autóctonos, con patrones de consumo adaptados al medio que proporcionan cierta autosuficiencia y mayor seguridad sanitaria y alimentaria.

En Israel, el centro Heschel se dedica a la formación y educación en temas medio ambientales tanto para particulares como para profesionales y formadores, y ha desarrollado un programa completo dirigido al consumo sostenible (New Horizons). El objetivo de este programa es presionar al gobierno para que incorpore criterios de sostenibilidad en su agenda mediante la creación de “lobbys” formados por ciudadanos y profesionales concienciados.

Otro enfoque bastante extendido está centrado en la agricultura, y su desarrollo con criterios de sostenibilidad tanto por el consumo de recursos naturales (agua, energía), como por el uso de pesticidas y químicos. Algunas iniciativas en este campo aspiran a lograr el desarrollo rural, reduciendo los costes a partir del consumo de energías renovables o la incorporación de tecnología, mientras otras apuntan hacia cierta agricultura ecológica y fomento del comercio justo como en el caso de Green Line en El Líbano.

Por el lado de los recursos naturales y el ahorro energético, existen múltiples iniciativas fundamentalmente orientadas al ahorro energético a través de consumos más eficientes, a la incorporación de energías renovables (solar, bio-combustibles), a la eficiencia en la construcción (Líbano), o al ahorro del agua evitando las pérdidas y fugas.

Por último, un tema que afecta a todos los países de la región y que aparece recurrentemente entre los problemas mencionados por las organizaciones es el de los residuos, basura, deshechos, contaminación, etc. En la mayor parte de los países, el tema se enfoca desde campañas de concienciación ciudadana, iniciativas demostrativas de reciclado y fomento del consumo de bienes reutilizables. En el caso de Egipto, la organización Association for Protection of the Environment (APE), se dedica casi exclusivamente a esta problemática desde el trabajo social con la gente que vive de los residuos y deshechos. Existiendo un gran problema con la inmensa cantidad de basura que genera la ciudad de El Cairo, y una población marginada que subsiste a partir de la misma, la organización se ha planteado una serie de iniciativas destinadas a “sacar adelante” a estas personas (mayoritariamente mujeres y niños), optimizando el aprovechamiento que hacen de la basura. Así, ha creado un centro local en que educa a los recolectores en la segregación y reciclado de la basura, creando alternativas más rentables como la producción de pequeños productos (cestas, telas, etc.) a partir de los residuos reciclados, que se convierten en ingresos a través de su posterior comercialización.

3.2.2.3. Cómo trabajar/ redes

No existe ninguna red local que trabaje con todos los países de la región, fundamentalmente por las diferencias políticas existentes entre los mismos. Así por ejemplo, las redes a las que pertenecen las organizaciones Israelíes no son de la región, sino, habitualmente, norte americanas. La forma en que los países se agrupan en redes es, de hecho, de tipo cultural. La mayor parte de las redes presentes hacen referencia al mundo árabe, más que a la región geográfica y, por tanto, agrupan a países de distintas regiones.

Tal vez la red más activa sea la Arab Network for Environment and Development (RAED), creada y dirigida por la ONG egipcia (AOYE). Siempre a nivel de países árabes, otra red presente es CEDARE, Centre for Environment and Development of the Arab Region and Europe.

En el caso de Turquía, por pertenecer geográficamente a Europa, forman parte del Regional Environment Center for Eastern and Central Europe (REC), a la que ya nos referimos en el análisis de los Balcanes.

3.3. Análisis del Maghreb

Por la región de Maghreb – Mediterráneo entendemos aquellos países del Norte de África que perteneciendo a la tradicional división árabe del Maghreb, disponen de costa con el Mar Mediterráneo. Se trata por lo tanto de cuatro países (Egipto se ha considerado con el Oriente Próximo), como son Marruecos, Argelia, Túnez y Libia.

3.3.1. Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles⁸

Situación socio-económica

En términos generales, el contexto socio-económico de la región a estudio comparte muchas similitudes con el área previamente descrita del Oriente Próximo Mediterráneo, por lo que sólo haremos referencia explícita a aquellos factores o situaciones que sean específicos de la región. Si bien este grupo de países ha pasado por acontecimientos históricos diferentes a los de Oriente Próximo, especialmente en cuanto a los conflictos bélicos se refiere, no es menos cierto que el grupo une a países muy distintos entre sí. Por ejemplo, Libia destaca de los otros países por su política en asuntos exteriores, participando poco a las redes regionales e internacionales en desarrollo sostenible

Durante las últimas tres décadas del siglo pasado, la región del Maghreb asistió a profundas transformaciones socio-económicas como consecuencia de un masivo proceso de industrialización y modernización puesto en práctica desde los distintos gobiernos. Al igual que en Oriente Próximo, estos procesos trajeron consigo graves desequilibrios económicos, sociales y medio ambientales que, en muchos casos, están todavía pendientes de ser resueltos. El vertiginoso aumento de la población y la continua migración desde las zonas rurales hacia la ciudad, han provocado así mismo, fuertes presiones internas derivadas de la pobreza, la escasez de algunos recursos y el uso intensivo de otros.

Entre los principales asuntos a resolver por estos países, se destacan la pobreza y desigualdad social, el desempleo, las elevadas tasas de contaminación y polución, el fortalecimiento de la sociedad civil y la estabilidad económica y política.

Es de destacar sin embargo, los países magrebíes del Mediterráneo han hecho grandes esfuerzos por implantar políticas de desarrollo y protección del medio ambiente, siendo en algunos casos, precursores dentro del mundo árabe. Los últimos años han supuesto una fuerte apuesta por lograr crecimiento económico respetuoso con el medio ambiente, y por acercarse a los países europeos tanto en políticas conjuntas como en visión de futuro.

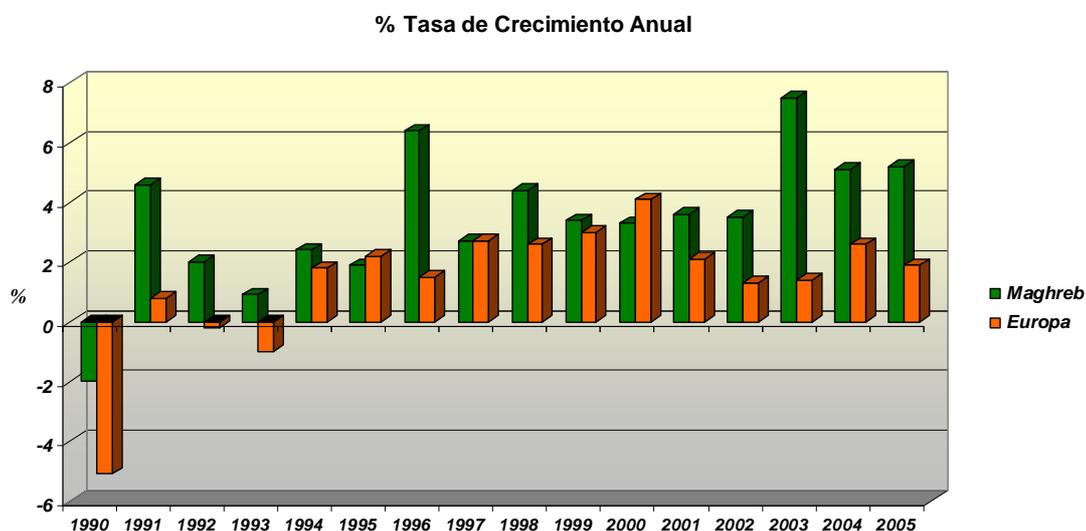
Aunque el papel de las organizaciones de la sociedad civil es, en muchos casos, destacado, es igualmente cierto que han sido los propios gobiernos los que han asumido la responsabilidad de aplicar medidas en pos del desarrollo sostenible, ya sea mediante la inclusión en sus programas ministeriales de políticas al efecto, o mediante la creación de agencias especializadas como centros de producción limpia (Marruecos y Túnez), etiquetado ecológico (Túnez), o agencias enfocadas a la racionalización en el consumo de energías.

⁸ A partir de los siguientes textos: **The World Bank (1995)** Middle East and North Africa Environmental Strategy: Towards Sustainable Development, Report No. 13601-MNA

Tendencias y problemáticas relacionadas con el consumo

Industria y Energía.

Los años de industrialización y del consiguiente crecimiento económico en la zona, especialmente entre los 70 y 90, no tuvieron entre sus denominadores la búsqueda de la optimización energética o la minimización en cuanto a contaminación y generación de residuos. La razón fundamental pasa por la falta de incentivos locales, las relaciones comerciales con el exterior a veces inestables y el escaso presupuesto público dedicado a estas cuestiones. A pesar de que varios países de la región como Marruecos o Túnez se han mantenido en niveles de intensidad en consumo energético similares a los de Occidente y, por lo tanto, no tienen la misma problemática que existe en Oriente Próximo, la calidad de este consumo y la falta de medidas de control, han provocado unos altos niveles de contaminación aérea, provenientes, sobre todo, de la poca eficiencia energética de la industria y del fuerte aumento en el transporte. Por otro lado, buena parte de esta contaminación se deriva al suelo y al agua, donde se han encontrado niveles de metales pesados y otros agentes altamente contaminantes en cantidades muy superiores a las aceptables para la salud humana.



Fuente: United Nations Statistics Division

Agua

En cuanto al agua, tanto Marruecos como Argelia y Túnez, disponen de reservas de este bien significativamente superiores a las de los países de su entorno. Sin embargo, el consumo intensivo de la misma, fundamentalmente en la agricultura, agravado por el bajo precio del recurso en relación a su coste de obtención, plantea un problema de escasez a medio/ largo plazo, sobre todo considerando que la explotación de gran parte de las reservas hídricas es económicamente deficitaria.

Más grave es el problema de la calidad del agua. La falta de tratamiento de los vertidos domésticos e industriales que iban directamente a ríos y costa mediterránea, el uso intensivo de pesticidas y otros químicos que se filtran a los acuíferos subterráneos y la ausencia de medidas reguladoras por parte de los gobiernos, ha ido provocando una situación insostenible en la que sólo una pequeña cantidad del agua disponible es apta para el consumo humano. Las costas mediterráneas, por otro lado, han sufrido así mismo las consecuencias de la contaminación, perdiendo biodiversidad.

Erosión y desertificación

Un problema particularmente grave en los países del Maghreb es el de la erosión y desertificación, que afecta en mayor o menor medida a grandes áreas de sus territorios. Las principales causas hay que buscarlas en factores económicos, políticos e institucionales, como son la deforestación, el uso intensivo e inadecuado de la agricultura y la ganadería con el objetivo de lograr la autosuficiencia (subsidios), la conversión de pastos en cultivos, el uso ineficiente y abusivo del agua, la falta de claridad en cuanto a la propiedad de las tierras, etc.

Esta degradación del suelo tiene además de los costes directos, impactos negativos en la pobreza, la integridad del medio ambiente, la cantidad y calidad de las reservas hídricas y el turismo. De hecho, el cambio en los flujos naturales de los acuíferos como consecuencia de la erosión del suelo, afecta directamente a ciertas especies marinas por la menor cantidad de agua dulce que llega al mar, reduciéndose, por ejemplo, las reservas de pescado y crustáceos disponibles por los pescadores locales magrebíes.

Urbanización

Como en la mayor parte de países árabes, el Maghreb ha experimentado un alto crecimiento urbano como consecuencia de la explosión demográfica, las migraciones internas y el desarrollo industrial. Entre las principales consecuencias de la masiva urbanización se cuentan el exponencial aumento de la contaminación, los residuos, la marginación, la falta de calidad en el agua, la desaparición de espacios verdes y el deterioro de las zonas costeras. Un caso particular del Maghreb es el de las “medinas”, centros históricos de las ciudades y auténticos motores del comercio urbano. El desaforado crecimiento urbano ha provocado que estos barrios se vean superpoblados, empobrecidos y fuertemente limitados por la construcción de nuevos edificios en sus ubicaciones tradicionales.

Transporte

Si bien los gobiernos del Maghreb han tomado medidas en relación a los problemas derivados del transporte, la situación es, en muchos aspectos, similar a la de los países árabes del este. El aumento en el número de vehículos unido a la obsolescencia de los mismos y por tanto a su baja eficiencia energética, ha sido y sigue siendo un foco de contaminación ambiental especialmente grave en los entornos urbanos.

Turismo

En relación al turismo, existen dos escenarios netamente distintos en el Maghreb. Por un lado, Marruecos y Túnez tienen una dilatada tradición de turismo internacional que no ha dejado de crecer durante las últimas décadas, mientras que en Argelia y Libia, el turismo es, hoy en día, poco desarrollado. Esta última situación plantea buenas oportunidades de desarrollo del sector con un enfoque sostenible por cuanto apenas existen infraestructuras destinadas al turismo. En el caso de Marruecos y Túnez, el deterioro costero provocado por la urbanización dirigida al turismo es manifiesto. Como importante fuente de ingresos, la actividad turística ha sido explotada hasta la fecha sin entrar en consideraciones sociales o medio ambientales, generándose desequilibrios y consumos excesivos que afectan a grandes áreas de los países.

Políticas gubernamentales y tendencias actuales.

Como adelantábamos al principio del análisis, los países magrebíes se caracterizan por sus modernas iniciativas encaminadas al desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente. En este sentido, no sólo se han sumado a los principales tratados y

protocolos internacionales, si no que han puesto en práctica una serie de medidas innovadoras en varios campos.

En el terreno de las energías, por ejemplo, varios países han puesto en marcha programas de promoción de energías renovables, de control y regulación de la deforestación ligada a la obtención de energía, y de promoción del uso de gas natural y electricidad en lugar del petróleo y sus derivados. Así mismo, han creado agencias especializadas tanto para la promoción del uso racional de la energía como para acceder a tecnologías eco-eficientes.

También en el transporte se están tomando medidas dirigidas a modernizar tanto el parque móvil como las infraestructuras, a liberalizar paulatinamente aquellas áreas del sector que dependen del gobierno y a divulgar entre los ciudadanos la importancia del transporte público y la sensibilización hacia la creciente contaminación provocada por el uso indiscriminado de vehículos en la ciudad.

Otros aspectos importantes como la demografía, el acceso a la sanidad y la política de asentamientos están siendo tratados igualmente desde los diferentes gobiernos, mediante medidas adaptadas a cada país pero coincidentes en cuanto a las campañas de sensibilización ciudadana. Por otro lado, los gobiernos han incorporado a sus agendas programas destinados a proteger los espacios naturales, a reestructurar la agricultura, a luchar contra la deforestación y desertificación, etcétera.

Lo que se destaca de todas estas iniciativas es una voluntad de cambio y ajuste por parte de los ejecutivos de la zona que, además, se hace patente en algunos casos a través de iniciativas conjuntas regionales e, incluso, programas internacionales con países europeos (principalmente Francia). Tal vez una de las principales debilidades sea la poca autonomía y presencia de las organizaciones de la sociedad civil que, en muchos casos, se quedan al margen de todos los proyectos llevados a cabo por el gobierno, y que siguen recibiendo poco apoyo.

3.3.2. Consumo Sostenible y Sociedad Civil⁹

3.3.2.1. Tipología de las organizaciones y promotores

Tal y como comentábamos previamente, un aspecto clave en el Maghreb en cuanto al desarrollo social es el de la poca presencia que tienen las organizaciones de la sociedad civil, tanto por número como por capacidad de actuación. La promoción del desarrollo sostenible así como del consumo y la producción sostenibles está llevada a cabo por el gobierno y las agencias creadas al efecto. Destacando algunas de estas agencias, por ejemplo, encontramos el Centro Internacional de Tecnologías para el Medioambiente de Túnez (www.citet.nat.tn) creado como referencia para empresas y ciudadanos interesados en adaptarse a la eco-eficiencia energética, o en Marruecos, el Centro de Información sobre la Energía Sostenible y el Medioambiente (www.ciede.org.ma). Existen incluso iniciativas desde el ámbito empresarial, como el proyecto “Fibre Citoyenne”, que con el apoyo del ministerio francés de asuntos exteriores, pretende crear una red internacional entre varios países del Maghreb y Europa para la comercialización justa y socialmente responsable de productos textiles.

En definitiva, las organizaciones de la sociedad civil en el Maghreb están, en general, en una etapa temprana, especialmente en cuanto a sostenibilidad se refiere. Los sistemas de gobierno no han ayudado a que organizaciones independientes surjan y se consoliden. Por otro lado, debido a la orografía de la zona, a las grandes disparidades entre las zonas rurales y urbanas y a los pocos medios de que disponen,

⁹ Información obtenida a partir de la investigación propia de fuentes primarias y secundarias.

una gran parte de las organizaciones se centra en pequeñas regiones y en las problemáticas en ellas presentes, basando su trabajo en la participación con las comunidades a la hora de detectar problemas locales y proponer soluciones. En muchos casos, las organizaciones que incluyen el consumo sostenible entre sus iniciativas lo hacen desde el prisma del desarrollo, buscando alternativas de consumo que sirvan de ahorro a las comunidades o que preserven sus recursos naturales. Otro factor relevante es el del acceso a la comunicación por parte de las organizaciones. Aquellas que disponen de páginas web o incluso de acceso a Internet son una minoría, por lo que su capacidad de movilización y divulgación se ciñe a las áreas en que actúan. Aún así, es significativo el número de organizaciones que se han creado en los últimos años, así como la labor de sensibilización que están llevando a cabo aunque sea a nivel local. Es de esperar que a no mucho tardar, y siempre que se prolongue la estabilidad política y económica, se vayan afianzando y su papel sea cada vez más relevante en las sociedades a que pertenecen.

En cuanto a las organizaciones de consumidores, al igual que ocurre en el Oriente Próximo, éstas todavía no se han desarrollado mucho y centran sus objetivos en la educación e información a los consumidores acerca de sus derechos y las legislaciones locales. En este ámbito se destaca la organización de derechos del consumidor Tunecina (ODC), que publica una revista “Le consommateur tunisien”, donde apunta algunos aspectos del consumo sostenible como consideraciones a tener en cuenta en el futuro.

3.3.2.2. Categorización de Iniciativas

Las principales iniciativas desarrolladas por la sociedad civil entorno al consumo sostenible se centran en las problemáticas locales de las áreas en que actúan. Por esta razón existe cierta disparidad entre las iniciativas que podría conducir a engaño en cuanto a la cantidad de las mismas y al impacto que tienen entre la población. La realidad es que suelen ser iniciativas modestas, dirigidas a pequeñas comunidades y con muy pocos fondos para trabajar. Se han puesto en marcha iniciativas destinadas a lograr ahorros en el consumo energético, a conseguir fuentes de agua naturales a bajo coste en zonas montañosas (High Atlas en Marruecos), a mejorar los rendimientos agrícolas mediante usos más racionales y de menor coste, campañas de recogida y reciclado de basura, etc. En el campo de la sensibilización, merecen ser destacadas iniciativas como el programa nacional de ciudades universitarias sostenibles (se busca la sostenibilidad desde el individuo hacia la comunidad), o la campaña en favor del uso de la bicicleta en lugar del coche, ambas puestas en práctica por la asociación tunecina de mujeres para el desarrollo sostenible, Femmes pour le Développement Durable (FDD) en francés.

No obstante, también existen unas pocas organizaciones de mayor capacidad de acción (APNEK en Túnez) que tienen presencia en Internet, que se han especializado o rodeado de expertos en los campos del medio ambiente, la energía, el agua, etc., y que elaboran informes y estudios, asesoran a los correspondientes departamentos gubernamentales, organizan y se suman a eventos nacionales e internacionales, y, en definitiva, dan cierta cobertura y difusión social del consumo y la producción sostenibles. Estas organizaciones son las que, de algún modo, asumen la labor de informar y educar sobre el consumo sostenible a nivel nacional, mientras que las más numerosas organizaciones pequeñas lo hacen a nivel de las comunidades en que operan.

Por último, y aunque no se trate de iniciativas llevadas a cabo por organizaciones de la sociedad civil, no podemos dejar de nombrar algunas de los proyectos que se han puesto en marcha desde instancias públicas, por cuanto son innovadoras y prometedoras a nivel de la región. A las agencias nombradas en el punto anterior se suman, por ejemplo, la eco-etiqueta creada por el gobierno Tunecino “Ecolabel

Tunisien”, o enmarcado en el centro de producción limpia de Marruecos, el MDP, mecanismos de producción limpia, con difusión a través de Internet.



3.3.2.3. Cómo trabajar/ Redes

Como países árabes que son, los países del Maghreb forman parte de las redes mencionadas en el apartado de Oriente Próximo y de las que ya dábamos referencia en ese mismo apartado. Además de éstas, existe una red maghrebí, “Forum Maghrebin pour l’Environnement et le Développement”, y otra de ámbito africano ENDA, centrada en el desarrollo rural, micro créditos, etc., que tiene una división específica para el mundo árabe, Enda inter arabe, cuya oficina central se encuentra en Túnez.

3.4. Análisis del Sur de Europa

Estos son: España, Italia, Francia, Mónaco, Grecia, Malta y Chipre.

(Nota: Mónaco no es de la UE pero su contribución a las iniciativas de consumo sostenible de la sociedad civil están imbuidas en las francesas por ello no haremos mención diferenciada al caso de Mónaco).

3.4.1. Contexto regional en relación al consumo y producción sostenibles.

En el contexto regional de los países de la Unión Europea (UE) destacaremos dos perspectivas de análisis: por una parte las políticas e iniciativas del organismo supranacional que las caracteriza; en segundo lugar, algunas de las características macroeconómicas y de comportamiento del consumidor de la zona.

Las políticas de la Unión Europea

La Unión Europea todavía no tiene una política concreta de consumo sostenible pero aborda estos temas desde dos ámbitos: el del consumo y el del desarrollo sostenible. Ambas políticas resultan complementarias y han sido el motor de desarrollo de muchas de las iniciativas regionales en pro del consumo sostenible como las iniciativas de los ministerios de medioambiente de países miembros como “Hogares verdes” del Ministerio del Medio Ambiente español¹⁰ o “eco-ciudadanos” Ministerio francés de la Ecología y el Desarrollo Sostenible¹¹.

El consumo sostenible, de momento, forma parte de la estrategia del desarrollo sostenible aprobada en junio del 2001 por el Consejo de Gotemburgo¹² aunque se prevé la próxima publicación de una estrategia específica por parte de la UE de consumo sostenible.

Las principales prioridades de ésta se centran en:

- La importancia de disociar el crecimiento económico con respecto al uso de los recursos.
- Precios justos (internalizar costes).
- Mantener amplias consultas con todos los interesados.
- Realizar una evaluación del impacto sobre la sostenibilidad de todas las propuestas políticas importantes.

Las 4 áreas de actuación prioritarias son: cambio climático, transporte, salud pública y recursos naturales.

Por otra parte, la UE, desde la Comisión Europea, promociona proyectos siempre en regímenes de co-financiación con países miembros y países afines. Un ejemplo interesante de este partenariado es el Centro Europeo del Consumidor (CEC) que tiene sedes en diferentes países de la UE como España, Francia e Italia. Este centro dedica sus esfuerzos principalmente a informar a los consumidores sobre sus derechos en materia de consumo dentro del ámbito europeo para que puedan aprovechar mejor las posibilidades que le ofrece el mercado interior.

La mayoría de las actividades desarrolladas por la UE en materia de consumo se centran en el tema de la mejora de la información al consumidor y la salud pública. Relacionado con la salud pública la UE ha desarrollado tradicionalmente políticas de protección al consumidor e iniciativas para la mejora de la educación del consumidor.

Resulta interesante destacar así mismo algunas iniciativas en materia de consumo sostenible que la UE está empezando a promover:

¹⁰ www.mma.es

¹¹ www.environnement.gouv.fr/rubrique.php3?id_rubrique=513

¹² http://europa.eu/pol/cons/index_es.htm

“Agenda Escolar 2008”. La Agenda Escolar 2008 es una herramienta para los estudiantes que ayuda a promover pautas de consumo responsable y la información sobre el consumo. Se publicará en forma de guía de la cual se imprimirán más de 2,7 millones de ejemplares, en todas las lenguas de la UE. Las escuelas pueden pedirla gratuitamente y las solicitudes serán atendidas según el orden de llegada. Ha sido elaborada por la Comisión en colaboración con la Fundación Generation Europe, las autoridades nacionales y otros interesados. Hace referencia a la Unión Europea y también a cuestiones relacionadas con los consumidores y de tipo social tales como el endeudamiento, la alimentación, el fraude, el comercio electrónico, el crédito, el consumo sostenible, el cambio climático, el medio ambiente, y los peligros al navegar en la red.

En abril de 2005, la Comisión presentó una nueva propuesta de Programa de acción sobre salud y protección de los consumidores 2005-2013, que sustituirá a los programas existentes en el ámbito de la política de los consumidores y de la salud pública. El objetivo es reforzar estas dos políticas -destinadas ambas a los consumidores y que estaban separadas- para beneficiarse de una sinergia común.

La UE desarrolla otros programas de acción, que enuncian cierto número de derechos fundamentales y de principios. Se centra también en el desarrollo de legislación en materia de seguridad de los productos cosméticos, etiquetado de los productos alimentarios, publicidad engañosa o venta a domicilio, seguridad de los juguetes y seguridad general de los productos, pagos transfronterizos, cláusulas abusivas de los contratos, venta a distancia y multipropiedad, acceso de los consumidores a la justicia, legislación alimentaria, venta y garantías de los bienes de consumo) e iniciativas legislativas relativas a las acciones de cesación, los contratos negociados a distancia, la publicidad comparativa y las transferencias transfronterizas¹³.

Otra de las iniciativas interesantes en materia de consumo responsable es el eco-etiquetado, o etiquetado ecológico. La UE posee una guía de productos y servicios ecológicos¹⁴ cuyo símbolo es una flor. El etiquetado ecológico es un sistema voluntario para incentivar a las empresas a producir productos y servicios que respetan el medio ambiente según los parámetros fijados por la UE. Ahora se está trabajando sobre una política de armonización de las diversas etiquetas ecológicas europeas, que son y se han desarrollado a diferentes niveles y para diferentes propósitos. Las etiquetas más conocidas son: la etiqueta ecológica de la UE; la etiqueta AENOR de Medio Ambiente; las etiquetas de la Asociación Vida Sana (Producto Natural, Producto Recomendado, Producto Biológico; Producto No Manipulado); Sistema de Control de la CE de Agricultura Ecológica; Etiquetas de Agricultura Ecológica de las Comunidades Autónomas en España; Distintivo medioambiental de Cataluña; el Ángel Azul Alemán (Blauer Engel); Nordic Ecolabelling; el Forest Stewardship Council (FSC), etc.

Algunas características macro económicas de los países estudiados relacionadas con el consumo sostenible

En la caracterización contextual de los países de la UE hacemos dos matizaciones:

1. Existen muy pocas referencias en los estudios sobre consumo sostenible a las dimensiones sociales de la sostenibilidad (por ej. la equidad y las consideraciones distributivas) por ello, la mayoría de los datos y las referencias que a continuación citamos se refieren a los impactos del consumo en el medioambiente, lo que se ha llamado el consumo ecológicamente sostenible.

¹³ <http://ec.europa.eu/scadplus/leg/es/vb>

¹⁴ http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm

2. Tanto Italia, Francia, España y Grecia son países de la UE y de la OCDE que consideramos desarrollados. Culturalmente, aunque existiendo notables diferencias en el desarrollo de sus movimientos de la sociedad civil, muestran pautas de consumo general similar y análogo a los de los países de la OCDE. Por ello, algunos de los datos aportados provienen de informes de la OCDE sobre el consumo sostenible ya que los consideramos más relevantes para este estudio.

A la hora de contabilizar el impacto del consumo de los hogares, el impacto que cada unidad familiar ejerce sobre el medio ambiente resulta reducida, en comparación con las repercusiones ambientales de las actividades de los sectores industrial y público (OECD 2002a). Sin embargo, cambiar las pautas de consumo de los hogares es un importante factor que incide en numerosos problemas medioambientales incluida la contaminación del aire y las aguas, la generación de deshechos, la alteración del hábitat y el cambio climático. Por otra parte, en campos como el uso de la energía en los hogares, los viajes y el incremento de bienes y servicios consumidos y eliminados, sobrepasa en importancia los aumentos de la eficiencia alcanzados en cuanto al uso de materiales y energía.

Según los pronósticos, en los próximos 20 años, el PIB mundial aumentará en un 75% (dos terceras partes del aumento corresponderá a los países de la OCDE) y la población mundial aumentará de 1.000 a 2.000 millones (principalmente en los países no miembros de la OCDE). De ellos se desprende que uno de los principales desafíos para los países de la UE será la desvinculación de las presiones ambientales del crecimiento económico, sin dejar de satisfacer las necesidades humanas (OECD 2002a).

Según el informe de la OCDE (OECD 2002a) el principal foco de impacto de los hogares europeos será, por orden de importancia: 1. En la generación de deshechos y la contaminación ligada a los viajes personales; 2. En el uso de energía y reciclaje de deshechos; 3. En la desecación de acuíferos y fuentes de agua.

Por otro lado, diferentes estudios han tratado de cuantificar el aumento de consumo privado per cápita y su relación con la degradación ecológica o con el aumento de emisiones de carbono¹⁵. La investigación sobre los impactos del consumo privado, desde una perspectiva de ciclo de vida, es todavía incipiente. Países como Reino Unido, Dinamarca y España empiezan a tener algunas estadísticas sobre que componentes del consumo privado se están desarrollando de manera significativa en los últimos años y cuales tienen mayor impacto ecológico (bien por sus emisiones o medido en función de la huella ecológica).

Algunos informes (OECD 2002a; Sustainable Consumption Roundtable 2006; The Carbon Trust 2006) destacan las siguientes áreas de consumo que más impacto ecológico tienen y tendrán en el futuro:

1. Ocio y entretenimiento: dentro de este apartado cabe destacar el impacto del transporte tanto de vehículos automotores como de transporte aéreo. Se estima que para el 2020 el número de vehículos en la OCDE crezca en un 32% y el número de kilómetros recorridos aumente en un 40% (OECD 2002a).
2. Consumo de alimentos y catering: a pesar de que los impactos medioambientales más significativos en esta categoría ocurren en las primeras etapas de la cadena de producción (agricultura y elaboración de alimentos), las preferencias y los hábitos alimenticios de las familias afectan directamente al

¹⁵ TheCarbonTrust (2006). The Carbon Emissions Generated in All that We Consume. London, UK, The Carbon Trust.

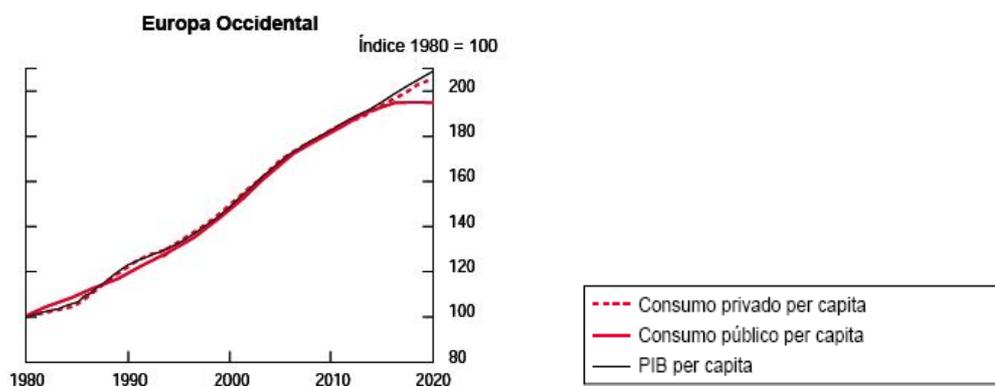
medio ambiente ya que inciden en la energía consumida y en la generación de deshechos.

3. **Uso de la energía o calentamiento de espacios:** el uso de la energía en los países de la OCDE aumentó en un 36% entre 1973 y 1998 y se prevé un aumento adicional del 35% para el 2020 (OECD 2002a) a pesar de la mayor eficiencia energética. El uso de la energía en comercios y residencias es el área en que más rápidamente crece el uso de energía en la UE después del transporte.
4. **Productos de higiene y salud:** en este tipo de productos cabe destacar el uso de materiales químicos contaminantes.
5. **Desarrollo de deshechos:** de acuerdo con las previsiones de la OCDE, los deshechos municipales experimentarán un aumento del 43% entre 1995 y 2020 para alcanzar unos 700 millones de toneladas anuales en los países de la UE.

La toma de decisiones por parte de los consumidores es un fenómeno complejo en el que se dan varios criterios como: el interés personal (precio, calidad, preferencias individuales, estilo de vida, valores); motivos sociales (entorno cultural, contexto social, moral y valores colectivos); contexto económico (ingreso per cápita, factores demográficos (número de mujeres trabajadoras por cuenta ajena, incremento de unidades familiares individuales)).

Así mismo, la OCDE estima un aumento creciente de consumo per cápita de los sectores privado y público.

Consumo per cápita de los sectores privado y público (1980-2020)



Fuente: OECD (2002a)

Teniendo en cuenta estos elementos, la OCDE considera la existencia de las siguientes tendencias en materia de consumo sostenible:

- Demanda creciente de energía y agua debido al aumento del tamaño de las casas y al mayor número de electrodomésticos.
- Proporción creciente de la electricidad en el consumo de energía de los hogares.
- Aumento de la generación de deshechos y del reciclado.

3.4.2. Consumo Sostenible y Sociedad Civil

3.4.2.1. Tipología de las organizaciones y promotores

Las organizaciones que trabajan en temas de consumo responsable en los países de la Unión Europea y Sur de Europa son abundantes. No obstante la mayoría de las organizaciones no se caracterizan por tener como objeto principal el desarrollo del consumo sostenible sino que el consumo sostenible forma parte de sus valores o sus actividades.

En Europa encontramos organizaciones medioambientalistas, organizaciones de consumidores y organizaciones más enfocadas hacia temas sociales que están desarrollando actividades para promover el consumo sostenible.

Quizás una característica que distingue las organizaciones **medioambientalistas** de las sociales es la forma en la que definen consumo sostenible. Obviamente las medioambientalistas se centran más en los impactos medioambientales del consumo sostenible que en los sociales. Estas organizaciones a menudo han desarrollado formas de medir más precisas del consumo sostenible y desarrollan actividades más enfocadas a campaña concretas.

Sin embargo, encontramos en Europa numerosos ejemplos de organizaciones que pese a que su origen fuera medioambientalista o social, en su evolución han introducido ambos aspectos y tratan el consumo sostenible de forma integral. Este puede ser el caso de Ecología y Desarrollo, Avina, etc.

Organizaciones de consumidores. Las organizaciones de consumidores representan claramente la mayoría de organizaciones alrededor del consumo. Las actividades principales de estas organizaciones consisten en proveer información al consumidor así como la de ofrecerle servicios de consulta y representación legal. Algunas de estas organizaciones han creado foros de discusión en sus páginas de Internet en los que se discute sobre temas relacionados con el consumo sostenible débil. Destacan los temas del reciclaje, el cuidado del medioambiente, o el uso del agua. Estas asociaciones fomentan el debate sobre qué tipo de productos desean los consumidores encontrar en el mercado.

Las organizaciones de consumidores se centran también en realizar campañas de información y en la facilitación al acceso de recursos jurídicos para los consumidores. Otra de las importantes labores de las organizaciones de consumidores suele ser el lobby a los organismos públicos ya que disponen a menudo de grandes cantidades de afiliados lo que aumenta su legitimidad y poder de presión.

Entre las organizaciones de consumidores analizadas destaca “Cittadinanza attiva” en Italia. Esta organización de consumidores trata temas relacionados con el impacto ecológico del consumo. Una de sus iniciativas más interesantes es la llamada “energía y tutela”. Esta iniciativa se centra en hacer llegar al consumidor información sobre los diferentes tipos de energía, cómo desarrollar prácticas de ahorro de energía y cómo gestionar los proveedores de energía.

En Francia destaca “Que Choisir”. Esta asociación se centra fundamentalmente en el desarrollo de herramientas de información para el consumidor y en la representación del consumidor frente a las instituciones públicas tanto nacionales como locales.

También la confederación española de consumidores y usuarios (CECU) en España tiene iniciativas interesantes como campaña de información de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) a los consumidores. Este proyecto tiene como finalidad el fomentar la incorporación de las prácticas sobre la RSE en las empresas españolas,

proporcionando formación a los consumidores sobre los datos mínimos que deben conocer para un correcto entendimiento del concepto que engloba la RSE. Cabe destacar la organización de consumidores y usuarios (OCU) en el desarrollo de criterios medioambientales aplicados al consumo en su revista "Compra Maestra".

Otra organización que cabe destacar es el Centro de Investigación e Información en Consumo (CRIC) que se dedica a la reflexión y a la propuesta en el campo de consumo responsable. Publica la revista trimestral "Opciones", que comparte informaciones y opiniones sobre el consumo sostenible y herramientas útiles para llevarlo a la práctica.

Una segunda tipología de clasificación ayuda a entender el tipo de relación que las organizaciones tienen en su forma de abordar los temas que tratan. Esta clasificación puede ser muy interesante para reflexionar sobre la forma en la que las ONGs pueden y quieren relacionarse empresas y las organizaciones internacionales. Las fronteras entre las topologías son difíciles de trazar y a menudo, una misma ONG puede ser clasificada en varias de las categorías según las acciones concretas que esté proponiendo.

Teniendo en cuenta esta dificultad de clasificación observamos que las ONGs pueden clasificarse de la siguiente forma:

Leones Marinos: Las ONGs "Leones Marinos" son aquellas organizaciones que cooperan con entidades públicas o con empresas para desarrollar proyectos conjuntos de consumo sostenible. Se caracterizan por ser un lugar de foro de debate y encuentro entre diferentes grupos de interés y por desarrollar campañas de sensibilización a diferentes grupos de interés.

Por ejemplo, en Italia existen varias asociaciones que desarrollan campañas a favor del desarrollo sostenible. Muchas de estas organizaciones son filiales de organizaciones internacionales y están centradas en la concienciación de las problemáticas globales medioambientales. Existe también en Italia muchas asociaciones regionales dedicadas a problemáticas muy locales. La mayoría relacionadas con problemas medioambientales muy concretos como la contaminación de ríos, la gestión de vertederos, etc.

En Francia destaca la asociación francesa 4D (Dossiers et débats sur le développement durable), que ha creado una red para trabajar con la OCDE y la ONU en coordinar el desarrollo de las Agendas 21 e introducir la posición de asociaciones alter mundialistas así como favorecer los encuentros mutuos. El objetivo es coordinar encuentros de las instituciones con las ONGs y crear una red sostenible.

En Grecia, la federación de ONGs, MIO-ECSDE, trabaja desde esta perspectiva tanto en el país en que tiene su sede como en el resto de países del arco Mediterráneo. Si bien su enfoque es medio ambientalista, alberga todo tipo de iniciativas de ONGs adheridas a la federación.

Delfines: son organizaciones integradoras de otros grupos de interés, especialmente empresas y organizaciones internacionales pero cuyo objetivo fundacional es promover una agenda clara definida en su base fundacional. Estas organizaciones cooperan de forma pragmática pero sin perder de vista sus objetivos a corto y medio plazo. Podríamos decir que desarrollan una agenda paralela pero vinculada a la cooperación. La cooperación es para ellas un medio más que un fin en sí mismo.

En España destacan las organizaciones que promueven el consumo responsable. Entre ellas Intermon Oxfam toman el consumo sostenible como idea transversal a su misión fundamental que es promover el desarrollo en los países del sur. Una de las iniciativas más interesantes es "comercio con justicia".

Ecología y Desarrollo ha hecho del consumo responsable y de la promoción de estilos de vida sostenibles una de sus líneas estratégicas de acción. A través de proyectos concretos como la web www.consumoresponsable.org quiere poder brindar información práctica e integrada (aspectos sociales y ambientales) para el consumidor (persona o institución) que quiera consumir con más conciencia.

Por otra parte, como analista de las principales empresas del IBEX (principal índice de referencia de la bolsa española elaborado por bolsas y mercados españoles, formado por 35 empresas con más liquidez que cotizan en el sistema interconexión bursátil electrónico en las cuatro bolsas españolas) en cuanto a indicadores de RSE, dispone de información actualizada que utiliza para hacer informes y prescripción.

En España destaca también el sello FLO que realiza acciones en colaboración con entidades públicas pero cuyo fin es claramente el desarrollo de la información directa al consumidor.

Orcas u Organizaciones activistas. Las organizaciones activistas destacan por su posición de confrontación al sistema de consumo establecido. La confrontación puede ser tanto intelectual, con la propuesta de nuevos modelos económicos teóricos, o más práctica mediante la organización de boicots, campañas de sensibilización, etc.

Francia destaca por ser uno de los países donde los movimientos alter globalizadores han desarrollado un mayor número de asociaciones de la sociedad civil destinadas a reflexionar y actuar en pro de un cambio de los actuales modelos de vida. Estos movimientos sociales son los que están desarrollando acciones relacionadas con el consumo sostenible fuerte.

Las asociaciones destinadas al desarrollo del consumo sostenible fuerte van ligadas a menudo a temas diversos como: el control de la publicidad, la gestión del agua y los recursos naturales.

Por otro lado encontramos asociaciones cuyo fin es el de repensar en otros modelos sociales posibles y alternativos al capitalismo y otras formas de consumo. Estas asociaciones suelen tener un ideario político importante en el que basan sus propuestas así como un número de propuestas de acciones activas. Estas acciones suelen ser campañas de protesta, movilizaciones, foros de debate en las que se discute sobre las propuestas políticas y se comparten las mejores prácticas de cómo llevarlas a cabo. Algunas de las asociaciones que destacamos en este informe son: la Asociación por la Tasación de las Transacciones Financieras y por la Ayuda a los Ciudadanos (ATTAC), la asociación francesa ACS (asociación para la cooperación en la sociedad) o la universidad griega Harokopio.

También Greenpeace podría clasificarse en esta categoría aunque desarrolle cada vez más actividades de colaboración.

Cabe destacar la importancia que tienen para estas asociaciones las nuevas tecnologías que les permiten no solamente divulgar sus propuestas fácilmente sino crear espacios de discusión ciudadana en los que compartir y crear su ideario político. Estos foros están haciendo que estas propuestas sean cada vez más cercanas y más conocidas por los ciudadanos.

SETEM-Catalunya en España también podría clasificarse dentro de esta categoría. SETEM coordina la campaña de ropa limpia (CRL) y trabaja en el marco de la Federación SETEM. La CRL recoge información y se la presenta a los consumidores españoles de distintas formas (programas educativos, marchas, publicidad, debates, libros, manifestaciones, Internet) para que conozcan la verdad acerca de la producción de las prendas (salarios bajos, muchas horas de trabajo, represión de los derechos

sindicales, discriminación sexual, etc.). Con esta información, anima a los consumidores a iniciar una serie de acciones que lleven a mejorar las condiciones laborales en el sector. La campaña también presiona a las compañías para que se responsabilicen y se aseguren de que sus productos se fabrican en condiciones laborales dignas. Demandan mejoras estructurales y presionan para que actúen en casos individuales de violación de los derechos laborales¹⁶.

3.4.2.2. Categorización de Iniciativas

A pesar de que la mayoría de organizaciones combinan iniciativas de varios tipos y que a menudo la barrera entre la tipología de iniciativa es muy estrecha destacamos 3 tipologías de iniciativas:

a) Promoción y divulgación de mejores prácticas de consumo. Estas iniciativas se caracterizan por estar destinadas a grupos de interés a los cuales se quiere llegar de forma constructiva por medio de la educación en hábitos de consumo y la información. Destacan las siguientes iniciativas:

“Agenda Escolar 2008”. La Agenda Escolar 2008, que ha sido mencionada en el apartado precedente, es una iniciativa de la UE cuyo objetivo es incentivar pautas de consumo sostenible a los estudiantes europeos comunicándoles la información relevante en este tema.

En España, Intermón Oxfam realiza varias de estas iniciativas: Global Express ¿Consumista, yo? que consiste en un dossier informativo y actividades para trabajar el consumo responsable con alumnos de secundaria; la guía para un consumo responsable editada junto con Hispacoop y Observatorio de la Responsabilidad corporativa (RSC) o el festival internacional de cortometrajes Actúa, sobre consumo responsable.

b) Propuestas de modelos alternativos. Estas iniciativas se caracterizan por hacer propuestas de consumo alternativos al actual sistema de consumismo. Destacan:

Las acciones de ATTAC sobre la tasa Tobin, que es una propuesta de impuesto sobre el flujo de capitales en el mundo sugerido a iniciativa del economista estadounidense James Tobin cuyos ingresos podrían ser una importante fuente de financiación para combatir la pobreza en el mundo. A través del proceso de lobby y presión social al Ministerio de Economía Francés, y más particularmente al ex Primer Ministro Lionel Jospin, ATTAC consiguió que en el año 2000, que el gobierno francés apoyara al Tasa Tobin en el G7. Así mismo, su influencia en la OMC ha sido notable en temas tan relevantes como la aplicación del principio de prevención y el estatus de los alimentos genéticamente modificados.

ACS en Francia ha creado un foro de discusión sobre el eco-societalismo y sobre las iniciativas existentes para la reducción del consumo. También ha creado un demostrador eco-social que enseña a las personas formas alternativas de consumo.

c) Iniciativas de boicot o “activismo duro”. Estas iniciativas se destacan por denunciar y sensibilizar a los consumidores contra lo que las ONGs consideran malas prácticas por parte de las empresas o los propios consumidores. Algunos ejemplos son:

La asociación RAP (Resistencia a la agresión publicitaria), en Francia, ha desarrollado diversas campañas de concienciación sobre la contención del consumo y acerca de la

¹⁶ www.ropalimpia.org

sobre explotación de campañas de promoción del consumo. Sus campañas más destacadas han sido:

- Día sin compras “journée sans achat”
- Semana sin tele “semaine sans tele”
- Campañas en fechas navideñas y Halloween
- Acción cine, en la que se boicotean los pases publicitarios en los cines.

3.4.2.3. Cómo trabajar/redes

Las nuevas tecnologías han favorecido la formación de redes dentro de los propios países y entre los diversos países de la UE.

Las redes siguen patrones de clasificación similares a las de las ONGs. Por un lado existen grandes redes de asociaciones de consumidores. En segundo lugar encontramos redes ligadas al desarrollo de proyectos comunes de boicot o de colaboración entre varios grupos de interés.

Un ejemplo interesante es el Observatorio Independiente de la Publicidad (OIP) en Francia. Lanzado en junio del 2007, este observatorio se compone de organizaciones ecologistas y personas de reconocido prestigio en el mundo de la ecología. Tiene vocación de duración y está asociada a la iniciativa mundial “Alianza por el planeta” que pretende la creación de una autoridad administrativa independiente (AAI) que dé un marco legal a la gestión y los contenidos publicitarios. El OIP ha sido apoyado por más de 30 asociaciones miembros de la Alianza por el Planeta, por la Federación de Naturaleza Francesa y por profesores como Jacques Testart, Armand Mattelart y Claude Got.

Otro interesante ejemplo de trabajo en red lo encontramos en 4D en Francia. 4D trabaja en partenariat con: medios de comunicación alternativos (altermonde, alternative economique, etc., la revue durable); centros de formación (Atelier architecture, Collège des Hautes études de l’environnement (CHEE), Centre d’Eco-Développement et d’Initiatives Sociales (CEDIS)); instituciones (Agence de l’Environnement et de la Maîtrise de l’Énergie ADEME, OCDE Watch, una asociación de ONGs del mundo entero cuyo propósito es advertir a las empresas de su responsabilidad ...)

Por otra parte encontramos grandes redes internacionales que se agrupan entorno a una temática similar. La Alianza por el Planeta o la federación MIO-ECSDE serían ejemplos de este tipo.

4. CONCLUSIONES

El desarrollo del consumo sostenible, sobre todo en su vertiente fuerte (aquel que hace referencia a un cambio de hábitos de consumo y a la reducción de los niveles de consumo) pasa por la reflexión sobre la complejidad y diversidad del actual modelo social y económico de los países del Mediterráneo.

Dentro de esta complejidad destacamos en primer lugar la necesidad de pensar en los sistemas de gobernanza global. La transnacionalización de las empresas y el aumento de poder de algunas organizaciones internacionales provocan que estos actores sean cada vez más importantes a la hora de definir políticas de impulso del consumo sostenible por parte de cualquier tipo de organización.

Las organizaciones internacionales, pese a que algunas de ellas como UNEP y recientemente la Comisión Europea están avanzando mucho en la reflexión a través de la sociedad civil sobre el consumo sostenible, todavía adoptan una visión del consumo sostenible débil. No obstante cabe destacar algunos proyectos de UNEP como el programa SCOPE en Europa, el proceso de Marrakech, la Mesa Redonda Africana para el Consumo y Producción Sostenible y sus diversas iniciativas en pro de la compra pública sostenible que están empezando a cambiar el discurso de consumo sostenible débil al fuerte. También la UE en su Guía sobre la Estrategia Europea sobre desarrollo Sostenible (2008) menciona acciones que el ciudadano debería empezar a hacer para reducir los niveles de consumo. No obstante, pese a introducir el concepto, las acciones y regulaciones desarrolladas son relativas a la mejora del consumo sostenible débil.

Las empresas por su parte están obteniendo cada vez más capacidad de influencia en los gobiernos. Las principales actividades empresariales sobre comercio sostenible se centran en la provisión de información al consumidor ya sea por medios generalistas como revistas o por medio de etiquetados. Muy pocas empresas se plantean la reducción de volúmenes de compra como parte de su estrategia aunque si hay muchas empresas que están apostando por la durabilidad y la capacidad de reciclado de sus productos.

La sociedad civil lleva trabajando en el consumo sostenible con mayor impacto desde mediados de los años 90. Destaca el número todavía escaso de conferencias y publicaciones sobre el consumo sostenible fuerte. La mayoría de estas conferencias y publicaciones han sido lideradas por Universidades, "think tanks" y ONGs activistas de los países del norte de Europa (Noruega, Alemania, Dinamarca) aunque también destaca el papel desempeñado por organizaciones de Italia, Francia o España.

Las principales temáticas destacadas en estas conferencias e informes versan sobre la promoción de buenas prácticas en hábitos de consumo, la información sobre productos concretos, la puesta en marcha de actividades colectivas para reducir el consumo y el desarrollo de herramientas de medición de los impactos del consumo y del ciclo de vida de los productos.

El concepto de organización de la sociedad civil es muy amplio. La sociedad civil por definición debe ser plural y abierta, y agrupar a las organizaciones así como generalizar sobre su comportamiento resulta complejo. No obstante encontramos literatura que habla sobre cuales son las dificultades de trabajar mediante estrategias colaborativas con las organizaciones de la sociedad civil así como las dificultades que tienen las ONGs para trabajar colaborando entre sí. Los principales factores que explican un bajo grado de colaboración entre ONGs son: La competencia por recursos

y usuarios, la dispersión de esfuerzos, la falta de recursos para desarrollar redes, los personalismos y la cultura organizativa adversa al cambio.

Por otro lado el trabajo en colaboración o la formación de redes de organizaciones de la sociedad civil, pese a sus dificultades, está resultando una de las formas más exitosas de difusión de información. Las nuevas tecnologías han apoyado mucho este desarrollo y existen otros factores que están apoyando esta colaboración e incrementan las posibilidades de éxito de las organizaciones de la sociedad civil. Estos factores son: la constante participación en problemáticas complejas, entre las que podríamos incluir el consumo sostenible, la creciente demanda de transparencia, la voluntad de los beneficiarios de una mayor concentración y especialización por temáticas, el reconocimiento de las administraciones públicas de la labor de estas organizaciones y el aumento de fuentes de financiación tanto públicas como privadas.

Análisis Regionales

A lo largo del presente estudio, hemos tratado de identificar las cuestiones más relevantes relativas a la promoción del consumo sostenible en los países miembros del PAM desde el prisma de las organizaciones de la sociedad civil. Para ello, hemos trazado unas divisiones geográficas y socio-económicas que reunieran a los distintos países en grupos homogéneos en cuanto al consumo sostenible y su promoción se refiere. Inevitablemente, existen diferencias entre los países que conforman cada grupo que, en algunos casos, adquieren especial relevancia por su repercusión en la materia que nos ocupa. Así, por ejemplo, Israel forma parte de Oriente Próximo pero se relaciona muy poco a nivel de redes o instituciones con los países de su entorno. En el Maghreb, Libia se presenta como un país cuyas políticas sociales, medio ambientales y económicas se diferencian mucho de los otros países.

Para estudiar la región del Mediterráneo, se han agrupado los países miembros del PAM en cuatro grupos que son los Balcanes (Albania, Serbia, Montenegro, Bosnia, Croacia y Eslovenia), el Oriente Próximo (Turquía, Siria, Líbano, Israel y Egipto), el Maghreb (Marruecos, Argelia, Túnez y Libia) y el sur de Europa (España, Francia, Italia, Mónaco, Malta, Chipre y Grecia).

En el estudio de estas “regiones”, hemos partido de un análisis del contexto socio-económico en que se encuentran y del que proceden, en aras de entender y explicar el porqué de las diferencias existentes entre las regiones tanto en el desarrollo de la sociedad civil como a nivel de promoción del consumo sostenible. Siendo este último concepto de reciente difusión en la sociedad, y ligado a otras materias como puedan ser el cambio climático, la protección del medio ambiente, el desarrollo sostenible, etc., no es de extrañar que su adopción por parte de las organizaciones de la sociedad civil sea todavía relativamente escasa. Esto se hace especialmente evidente en aquellas sociedades en que todavía quedan necesidades urgentes y prioritarias por atender. No obstante, en todos los países del arco Mediterráneo aparecen organizaciones e iniciativas que, en mayor o menor medida, tratan de fomentar el consumo sostenible entre sus respectivas sociedades. En muchos casos, no se trata de una iniciativa dirigida específicamente hacia el consumo sostenible, si no que éste se engloba con otros objetivos ya sean medio ambientales, de desarrollo o de eficiencia. Seguidamente, procederemos a sintetizar los distintos análisis regionales, destacando las principales líneas de actuación presentes y con proyección de futuro.

Balcanes

La región de los Balcanes, tal y como detallábamos previamente, es heredera de unos años atormentados y de fuerte inestabilidad provocados en un primer momento por la caída del bloque soviético y poco después por los conflictos bélicos que llevaron a la

desmembración de la ex-Yugoslavia. Estos dos acontecimientos han sido determinantes tanto en lo económico como en lo social, dejando un escenario de carestía y necesidad del que sólo hace unos pocos años que se están recuperando. Si bien no todos los países de la región están en la misma situación, no son muchas las diferencias en lo que concierne a la proliferación de organizaciones de la sociedad civil y a la promoción que éstas hacen del consumo sostenible. La falta de recursos y apoyo institucional y, en general, las necesidades y padecimientos que buena parte de éstos países pasaron durante los años 90, no propiciaron la aparición de organizaciones sociales. Ha habido que esperar a que los conflictos se hayan ido resolviendo para que la necesidad de reconstruir y reformular los estados y sociedades, así como la apertura a los vecinos del oeste, hayan generado un ámbito favorable a las organizaciones.

Tal vez este espíritu de reconstrucción y con seguridad, las ideas adoptadas de la Europa Occidental, han sido los responsables de que siendo muy jóvenes, muchas de las organizaciones se planteen retos y objetivos ambiciosos, en algunos casos, en la línea de los países del resto de Europa. Sin embargo, la situación económica no es muy propicia y todavía existen muchos problemas estructurales que deben ser resueltos, lo que provoca que las iniciativas que se ponen en marcha estén marcadas por las problemáticas locales y los escasos recursos. Por otro lado, existen ciertas diferencias entre los países en cuanto a los avances que se han producido en los últimos años, especialmente en cuanto al apoyo institucional.

Existen multitud de formas de trabajar con esta región del Mediterráneo, y buenas herramientas para hacerlo. La red REC (The Regional Environmental Center for Central and Eastern Europe) es una de las redes más activas en cuanto a desarrollo sostenible y medio ambiente, con programas específicos para el consumo sostenible, y opera precisamente en esta región, coordinando y fomentando iniciativas nacionales, regionales e internacionales. Áreas de actividad que están empezando a ser relevantes y de cuyo “devenir” depende en gran medida la trayectoria que estos países sigan en cuanto a sostenibilidad, son el turismo sostenible o eco-turismo, la agricultura ecológica, la eficiencia energética o el reciclado y tratamiento de deshechos, entre otras.

El grado de intervención o colaboración dependerá por un lado de cuánto se quiera profundizar en el campo del consumo sostenible (promoción a partir de divulgación y formación, o puesta en práctica de iniciativas a nivel ciudadano o comunitario), y de qué tipo de alianzas se buscan. Para desarrollar proyectos de envergadura sería conveniente contar con la colaboración o, al menos, el beneplácito de los gobiernos locales y empresas, mientras que para pequeñas iniciativas, tal vez fuese más apropiado trabajar con las principales redes de la región y las organizaciones adheridas a las mismas. En cualquier caso, no hay que olvidar que existen múltiples diferencias culturales y sociales entre los países balcánicos, que recomiendan prudencia, tacto y “experiencia” local a la hora de poner en marcha iniciativas a nivel regional.

Maghreb y Oriente Próximo

Las dos regiones, Maghreb y Oriente Próximo, fueron tratados de manera individual por sus diferencias geográficas, políticas y, en algunos aspectos, culturales. Sin embargo, en esta síntesis los trataremos conjuntamente por ser más las similitudes en términos generales que las diferencias. Antes de nada, se destacan dos países que no se ajustan a los patrones de su entorno. Por un lado, Israel, que como país económicamente muy desarrollado podría asemejarse a los países europeos, no tiene los problemas de los países vecinos en cuanto a acceso a las necesidades básicas, falta de formación, etc. Sin embargo, no está muy implicado en las cuestiones de promoción de criterios de sostenibilidad y defensa del medio ambiente, por lo que tiene

por delante una necesaria tarea de concienciación ciudadana y presión a las administraciones públicas. En Libia, por otro lado, es el sistema gubernamental y sus políticas que frenan el desarrollo natural de las organizaciones de la sociedad civil, aislándose de los movimientos que van surgiendo en su entorno.

En cuanto a los demás países de estas dos regiones, el momento que viven tanto las organizaciones de la sociedad civil como la promoción del consumo sostenible en menor medida, es positivo y esperanzador por cuanto están empezando a tener cierto impacto en la sociedad y sus gobiernos. Evidentemente, existen notables diferencias entre todos ellos, pero en términos generales, puede evidenciarse cierta tendencia creciente a interesarse por las problemáticas ambientales, la generación de residuos, los ahorros energéticos, etc.

Las últimas décadas de crecimiento industrial y demográfico, han generado graves problemas sociales encabezados por la contaminación, la escasez de agua, el acceso desigual a la energía, la erosión, la urbanización incontrolada y en varios casos la pobreza. En general, son las pequeñas y modestas organizaciones civiles las que están llamando la atención sobre estos hechos, proponiendo alternativas y poniendo en práctica iniciativas casi siempre a nivel de comunidad. En otros, sobre todo en el Maghreb, son los gobiernos hacen este trabajo, apoyados por las organizaciones en las zonas más remotas o desfavorecidas. En general, es una etapa temprana, en la que queda mucho por hacer, especialmente en el campo de la divulgación y la sensibilización.

En cualquier caso, tanto las organizaciones como los gobiernos de estas regiones están tratando de asumir estas nuevas políticas de sostenibilidad, y participan gustosos de cuantas iniciativas internacionales surgen. El trabajo en estos países pasa por campañas de educación y sensibilización que entronquen con las necesidades fundamentales de la población en cuanto a acceso a recursos básicos, información y bienestar. Es, sin duda, un momento de cambio, en el que los modelos de consumo que se vayan adoptando marcaran el futuro social, medioambiental y económico de las dos regiones. El apoyo desde Europa y otros países desarrollados en cuanto a transferencia de fondos, conocimiento y tecnología es clave para suscitar ese cambio de tendencia hacia la sostenibilidad en dos regiones que, acostumbradas tradicional y culturalmente al consumo racional y sostenible, pueden estar adoptando modelos exógenos insostenibles como el de los países más desarrollados.

En este sentido, las organizaciones sociales están, tal vez, en una fase demasiado temprana como para poder encarar por sí mismas toda la tarea, por lo que no debería obviarse la voluntad política actual de los gobiernos y otras instituciones, antes bien, sería conveniente reforzarla y cooperar con todos los actores sociales. Así pues, podríamos valorar dos líneas de acción diferenciadas, especialmente en cuanto al objetivo perseguido, enfocadas por un lado a la promoción del consumo sostenible mediante el apoyo de iniciativas civiles y públicas (podrían ir desde talleres, seminarios, cursos dirigidos a escolares, hasta el fomento de la colaboración entre agencias o instituciones públicas entre países y regiones en la transferencia de conocimientos, tecnologías, etc.); y por otro, al reforzamiento y acompañamiento de las organizaciones de la sociedad civil como actores necesarios y representantes de la sociedad (partenariados en iniciativas conjuntas, apoyos para aumentar la presencia y poder de difusión de las organizaciones como la creación de páginas web, creación de redes regionales e inter-regionales, et.).

Sur de Europa

La región en que más desarrollados están tanto el concepto de consumo sostenible como la aplicación práctica del mismo es la que hemos denominado "sur de Europa". Por un lado, la tradición de organizaciones de la sociedad civil está muy adelantada en

estos países, existiendo una gran cantidad y diversidad de las mismas. Por otro lado, la propia sociedad, al tener buena parte de sus necesidades cubiertas, es más proclive a interesarse por otras problemáticas como el cambio climático, la destrucción del medio ambiente, las desigualdades sociales y económicas en el mundo, etc. Ambos puntos han favorecido el que existiera un buen número de organizaciones, expertos y ciudadanos dispuestos a hacerse eco del concepto de consumo sostenible, y a poner en práctica estudios, actividades, campañas de difusión, etc. De hecho, la mayor parte de los promotores del consumo sostenible a nivel teórico provienen de estos mismos países o de países afines con niveles de desarrollo muy similar. Así pues, la temática sobre el consumo sostenible se ha desarrollado mucho y muy rápidamente en esta región, hasta el punto de especializarse en áreas específicas como el reciclado, la eficiencia energética, la compensación de emisiones de gases, el comercio justo, los sellos y etiquetados ecológicos, etc. En algunos casos, incluso, la promoción del consumo sostenible se engloba dentro de movimientos alternativos, que cuestionan la validez de los patrones de consumo, de la relación con el resto del mundo y del modelo económico.

En esta región podemos encontrar muchas organizaciones de la sociedad civil que promueven el consumo sostenible desde distintos ámbitos, por lo que resulta fácil sumarse a iniciativas existentes o generar otras nuevas, tanto a nivel de país como a nivel de región, en función del tipo de impacto que buscamos y el enfoque que queremos dar a la materia. En este sentido, la gran difusión y repercusión pública que el fenómeno del cambio climático está teniendo en Europa, podría brindarnos la oportunidad de desarrollar iniciativas de promoción del consumo sostenible ligadas o enmarcadas en esta materia. Conceptos como la huella ecológica, las emisiones de gases de efecto invernadero o la deslocalización, entre otros, se prestan fácilmente a un enfoque desde el lado del consumo sostenible, a partir del cual podrían elaborarse proyectos de promoción del mismo.

Desde un punto de vista global

El Mediterráneo es posiblemente una de las áreas del planeta más ricas en diversidad de estados, historia, cultura, religiones, modelos políticos, idiomas, tradiciones, etc. El impacto e influencia que dicha diversidad tiene sobre las diferentes sociedades y el modo en que éstas se asocian y manifiestan se revela como una clave esencial a la hora de analizar los mecanismos de actuación de las distintas organizaciones de la sociedad civil.

Por otro lado, el consumo sostenible es, en muchos aspectos, un concepto de reciente aparición, sujeto a múltiples enfoques y revisiones, cuya aplicación práctica está estrechamente ligada al entendimiento que del mismo hacen las sociedades, en función de sus necesidades, prioridades y aspiraciones.

La promoción del consumo sostenible en el Mediterráneo, por lo tanto, debe entenderse y enfocarse desde estos diferentes escenarios, considerando que las particularidades de cada uno de ellos serán determinantes para el logro de los objetivos planteados. En este sentido, los objetivos alcanzables en unas regiones, no lo serán en otras, por lo que es conveniente definir cuál es nuestra prioridad, si promover el consumo sostenible en una región en particular o desarrollar la promoción de un determinado enfoque del consumo sostenible. Definido este primer aspecto, podremos analizar qué tipo de iniciativas o en qué regiones trabajar, respectivamente.

A partir del presente estudio hemos diferenciado tres grandes ámbitos de actuación a tenor del desarrollo de la sociedad civil y del concepto del consumo sostenible. Estos ámbitos, generalizando, se corresponden así mismo con tres etapas de evolución, estando el Maghreb y Oriente Próximo en una fase inicial, los Balcanes en una fase

intermedia, y el sur de Europa en una fase avanzada. Este tipo de clasificación es posiblemente demasiado general y no contempla las circunstancias específicas de los países. No obstante, a la hora de plantear la promoción del consumo sostenible, es interesante tener presente estas etapas, por cuanto nos sitúan en el marco inicial a partir del cual podremos definir los objetivos, el público a quién dirigirse, los aliados, etc.

Por último, destacar el interés y receptividad encontrados en todas las regiones en cuanto al consumo sostenible y su promoción. Aunque por distintos motivos, es patente la voluntad que casi todas las organizaciones tienen de sumarse a iniciativas en ese sentido, trabajando en pos de un cambio en los actuales e insostenibles modelos de consumo.

