

# Políticas públicas y cambios de consumo y estilos de vida: de círculos viciosos a círculos virtuosos

*El contexto de las políticas públicas genera una brecha entre las declaraciones y políticas concretas. No es difícil imaginar el porqué: modificar las pautas de consumo de manera significativa afecta de lleno a la línea de flotación de nuestro modelo cultural, social, económico y político. En el actual contexto, las instituciones que promuevan las políticas necesarias para tamaña transformación chocarán con fuertes resistencias no sólo en el sector empresarial, sino también entre la población. ¿Desde qué legitimidades sociales, valores comunes, espacios de decisión e instituciones se puede desarrollar un acuerdo amplio sobre cómo gestionar de manera efectiva los cambios profundos que la crisis ecosocial requiere? El cambio de estructura requiere una regeneración democrática. Dicha regeneración tendrá irremediadamente que hacer evolucionar el imaginario y los valores colectivos para activar la transición hacia un nuevo contexto.*

«Y además encima te amenazan, que tampoco podemos vivir así, que si no lo haces te multan... ¡Pero en qué estamos viviendo! Y luego no vemos los resultados»

«— Consumíamos a lo loco, vivíamos muy bien [...] te ibas a cualquier centro comercial cualquier día y estaba a tope, era imposible, o sea, a veces llegaba a mi casa, me sentaba y decía madre mía la de plástico que se tiene que producir sólo para soportar el maremagno, tanta ropa, tanto textil, la gente comprando, unas colas, colas para entrar, colas para salir, pues dices, cuánta luz es necesaria producir para todo esto...»

— Se nos ha vendido que si no hacemos eso no somos felices y por eso, como somos tontos, parece que tenemos que cambiar de móvil cada dos años y de coche cada cuatro y, si no, no eres nadie.

— [...] Era cuestión de sentarse a esperar y decir “Ya verás cuando pete”».

Álvaro Porro,  
redactor de la  
revista *Opciones*  
(CRIC)

Las citas introductorias a este texto son un extracto de las conversaciones que se mantuvieron en los grupos de discusión que organizamos dentro del proyecto de investigación que hemos coordinado durante más de dos años.<sup>1</sup> Ilustran aspectos que hemos identificado en los discursos que circulan con relativa frecuencia en nuestra sociedad respecto a las políticas públicas que tratan de incidir sobre los comportamientos con consecuencias ambientales. En la primera conversación, el discurso ambiental es percibido por determinados sectores de la población como un ámbito institucional que ejerce una presión reguladora e invade su esfera personal o como un ámbito mercantil que sólo busca el interés comercial vía la persuasión publicitaria. Esta percepción es, sin duda, un obstáculo para las políticas públicas que tratan de influir en los hábitos de consumo y estilos de vida.

---

### Aunque el discurso crítico de la sociedad de consumo está bastante extendido, el ciudadano medio no modifica sustancialmente su conducta aunque declare que está dispuesto a hacer cambios

---

La segunda conversación ilustra un discurso crítico hacia la sociedad de consumo, y consciente de la insostenibilidad del modelo, que está muy arraigado y extendido en nuestra sociedad. En este sentido podríamos pensar que la mirada crítica de la conversación que reproducimos desemboca necesariamente en actitudes proclives a la transformación del modelo, a cambios en los patrones de vida y de consumo, etc. Sin embargo, hemos observado en estos mismos grupos de discusión que existe una significativa brecha entre, por un lado, la integración de lo ambiental como valor a defender, incluso la crítica hacia la insostenibilidad de la sociedad de consumo y, por otro lado, la disposición a cambiar patrones de consumo y, sobre todo, la confianza en la capacidad colectiva para transformar el modelo. Aunque la crisis económica tiende a ser entendida como síntoma de un modelo insostenible que sobrepasó sus límites y como algo muy cercano y amenazante, no termina de verse mínimamente como una oportunidad para transformar el modelo. Por otro lado, la crisis ecológica es vista como algo lejano que no nos afecta directamente y, por tanto, el modificar nuestro consumo para afrontarla se entiende como una opción personal ligada a tus preferencias morales, pero no parece interpretarse como algo determinante del bienestar colectivo e individual, y aun menos de nuestra supervivencia.

---

<sup>1</sup> Entre 2010 y 2012 realizamos para el ámbito español diversas investigaciones en el marco de un informe titulado «Consumo y cambio global» en cuyos resultados se basa buena parte de la argumentación de este texto disponible en <http://opcions.org/es/blog/informe-consumo-y-cambio-global>. En el marco de este estudio se realizaron grupos de discusión y participaron personas de distintos perfiles. La metodología para contactarlas siguió umbrales de calidad que permiten arrojar conclusiones con significatividad social para todo el espectro socioeconómico y cultural de nuestra sociedad. Véase el capítulo 5 del informe. A su vez, apareció un artículo dedicado exclusivamente a las conclusiones de esta investigación cualitativa en L. E. Alonso, C. J. Fernández, R. Ibáñez Rojo, C. Piñeiro, «Consumo y estilos de vida sostenibles en el contexto de la crisis económica», *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, núm. 113, 2011, pp. 139-148.

Estos posicionamientos tienen mucho que ver con el hecho de que los discursos sobre las prácticas alternativas o los cambios en consumo no se articulan desde experiencias propias, sino desde las opciones observadas en otros o escuchadas en los medios de comunicación. Por ello el discurso presenta esta fuerte ambivalencia oscilando entre una visión positiva y una visión negativa de estos cambios, entre las cuales se esgrimen argumentos contradictorios. Podemos ponerle números: una encuesta del CIS<sup>2</sup> que afirma que el 47,1% de la población española dice estar totalmente dispuesta a aceptar modificaciones en sus hábitos de consumo para luchar contra el cambio climático, que subiría hasta un 87,6% si añadimos a las personas que “probablemente” también estarían dispuestas. Sin embargo, cuando eso se concreta en acciones específicas, solo el 20,6% apoya una moratoria sobre la construcción de nuevas autopistas o autopistas y solo el 18,8% aumentaría los impuestos sobre los combustibles fósiles.<sup>3</sup>

En resumen, aunque el discurso crítico de la sociedad de consumo está bastante extendido, al igual que la declaración en favor de unos valores de protección de lo ambiental, el ciudadano medio no modifica sustancialmente su conducta aunque declare que está dispuesto a hacer cambios. En otras palabras: existe una brecha entre discurso social y prácticas. Para sobrevivir a esta disonancia aparecen toda una serie de mecanismos defensivos que se asientan fácilmente ante la falta de práctica propia.

Quizás por ello, hasta la fecha muchas de las políticas que tratan de promover conductas proambientales han centrado sus herramientas en la comunicación, la sensibilización, la información, etc. Según un estudio de opinión, el 80,6% de la población española está *muy o bastante de acuerdo* con incrementar las campañas de sensibilización respecto al cambio climático. No obstante, cómo veíamos anteriormente este porcentaje baja drásticamente (se divide por cuatro o más) cuando de campañas de sensibilización pasamos a medidas concretas que pueden afectar a nuestras formas de vida, como aumentar una moratoria a la construcción de nuevas autopistas o los impuestos sobre los combustibles. La mayor aceptabilidad de políticas comunicativas frente a otras de carácter regulador o fiscal que afecten a la esfera personal podría ser, por tanto, una razón de peso para que las políticas en consumo hayan elegido mayoritariamente esta vía.

Este rechazo a las políticas que afectan aspectos de los estilos de vida y la esfera personal de un sector de la población puede parecer contradictorio con los resultados de determinados barómetros sociales. Por ejemplo, según un estudio del CIS,<sup>4</sup> el 74,7% de la población española piensa que la responsabilidad ante los problemas y soluciones ambientales

---

<sup>2</sup> CIS, Estudio 2742, noviembre de 2007.

<sup>3</sup> P. Meira Cartea (dir.), *La sociedad ante el cambio climático: conocimientos, valoraciones y comportamientos en la población española*, Fundación Mapfre, 2009.

<sup>4</sup> CIS, Estudio 2590.

es compartida entre administraciones y ciudadanos y en una escala del 1 al 10 (donde el 10 es sacrificarse muchísimo, por razón medio ambiental la población se sitúa de media en un 7,32).<sup>5</sup> Dicha ambivalencia se debe en parte a las carencias y falta de solidez e integralidad de las políticas educativas y culturales en este ámbito. Presentan sus limitaciones a la hora de crear una base de entendimiento mínima en la relación entre problemas ambientales y el consumo (solo una de cada tres personas es capaz de señalar el transporte como principal consumidor energético), sobre las políticas al respecto más promovidas (el 50,7% no reconoce la etiqueta energética de los productos) o acerca de los resultados de las políticas existentes (el 57,3% no sabe o no contesta si España está cumpliendo el protocolo de Kioto).<sup>6</sup> Por ello es uno de campos de las políticas de consumo que hemos analizado en nuestro estudio.<sup>7</sup>

Pero estas percepciones sociales no solo son fruto de unas políticas educativas fallidas al respecto sino que también son fruto de la incoherencia entre acciones y declaraciones de la propia Administración y de mensajes contradictorios con los marcos establecidos.

## De las declaraciones políticas a las acciones

En la declaración de Oslo de 2005, una extensa red de investigadores internacionales de primera fila en el campo del consumo y de los estilos de vida sostenibles, activos además en los programas nacionales e internacionales de referencia, se señala:

«Mientras que ha habido elogiosas proclamaciones [desde la política] en los últimos tres años, las iniciativas reales para cultivar modos más sostenibles de consumo no se han materializado, y hay indicios de que un vacío de implementación se está haciendo manifiesto».<sup>8</sup>

Este análisis ha sido generalmente compartido por los numerosos expertos del ámbito español que han participado en los talleres y diversas consultas a lo largo de las investigaciones que realizamos para nuestro estudio. En particular, intentamos comprobar en qué medida un ciudadano español que es impelido por las políticas de información y educación a ahorrar energía o consumir productos ambientalmente positivos, recibía señales en la misma dirección de un marco regulatorio como es el fiscal y otras actuaciones de incentivo económico de la Administración.<sup>9</sup> Hemos comprobado que a través de los impuestos, tasas

---

<sup>5</sup> CIS Estudio 2557.

<sup>6</sup> P. Meira Cartea (dir.), *op. cit.*, 2009.

<sup>7</sup> Véase capítulo 6.3, <http://opcions.org/es/blog/informe-consumo-y-cambio-global>

<sup>8</sup> Extracto de la Declaración de Oslo, [www.oslodeclaration.org](http://www.oslodeclaration.org).

<sup>9</sup> Hemos realizado una diagnosis de la fiscalidad y de otras políticas de incentivos económicos sobre el consumo, y de los marcos normativos de políticas educativas y culturales, en el Capítulo 6.2 del Informe.

o cánones que pagamos como consumidores no recibimos en general incentivos para comportarnos de manera más sostenible (ni tampoco a través de las tarifas reguladas de la electricidad, gas o agua); es más, en muchos casos es al contrario.

Por tanto, el contexto de las políticas públicas genera una brecha entre declaraciones y políticas concretas. No es difícil imaginar el porqué de esta brecha y es que, modificar las pautas de consumo de manera significativa es afectar de lleno a la línea de flotación de nuestro modelo cultural, social, económico y político. En el actual contexto, las instituciones que promuevan las políticas necesarias para tamaña transformación chocarán con fuertes resistencias no sólo en el sector empresarial, sino también entre la población.

Ante este complejo panorama nos surge esta pregunta: ¿Desde qué legitimidades sociales, valores comunes, espacios de decisión e instituciones se puede desarrollar un acuerdo amplio sobre cómo gestionar de manera efectiva los cambios profundos que la crisis eco-social requiere?

---

La espiral parece no tener salida, si no hay cambio de contextos, el cambio de prácticas está muy limitado y es poco extensible a las mayorías. Si no hay cambio de valores, es imposible crear un caldo de cultivo social que promueva los cambios estructurales

---

## No hay sostenibilidad sin regeneración democrática

Como se señala en mayor profundidad en el artículo de este mismo número de la revista de María Heras, Concepción Piñeiro, Álvaro Porro,<sup>10</sup> los expertos que participaron en nuestros talleres de construcción de escenarios de futuro eligieron, entre varias decenas de *impulsores de cambio*,<sup>11</sup> la regeneración democrática de nuestras sociedades (debates sociales, empoderamiento social, regeneración institucional, revitalización del sistema político) como uno de los dos elementos clave para crear el contexto para un cambio masivo y significativo de las pautas de consumo. En esta línea, un mes escaso después de la realización de los talleres, asistimos a la aparición del movimiento 15M, cuyo eje vertebrador es la regeneración democrática. Todavía estamos intentando entender la trascendencia sociohistórica de dicho fenómeno, pero no podemos evitar establecer vínculos.

---

<sup>10</sup> «Mirar al futuro para transformar el presente: propuestas de acción hacia el cambio socioecológico», pp. 33-48.

<sup>11</sup> Son elementos clave que marcarán la evolución de la situación. Pueden ser de tipo tecnológico, ambiental, cultural, económico, psicosocial, político...

En cualquier caso, los cambios estructurales necesarios requieren instituciones regeneradas en términos de vitalidad democrática y renovadas en términos de legitimidad social, lo que no puede ocurrir sin una sociedad civil extensa, fuerte y proactiva. Solo esta sociedad civil fortalecida y estas instituciones regeneradas pueden liderar los nuevos acuerdos sociales necesarios para dicha transformación.

### Contextos, prácticas, valores y círculos viciosos

La psicología y la sociología ambiental pueden arrojar algo de luz ante estas cuestiones. Una de sus conclusiones clave resulta bastante intuitiva y es que si los contextos (las leyes comerciales, el urbanismo, las condiciones laborales, los valores culturales hegemónicos) no cambian, poco cambiarán nuestras prácticas (patrones de consumo). Es decir, además de querer y saber, necesitamos poder hacer. Y como hemos visto en la primera brecha, los contextos, al menos en la medida en que estos dependen de políticas públicas, no parecen estar cambiando al menos en la dirección que los estilos de vida sostenible requieren.

Por otro lado, a la hora de hablar de cambios de valores, no es lo mismo la evolución de la deseabilidad social (por ejemplo, el «cuanto más mejor» ya no cala tanto, lo natural es un valor frente a lo industrial) que una transformación profunda de prioridades (por ejemplo, «prefiero abrigarme más en casa pero gastar menos calefacción», sacrificamos crecimiento del PIB para evitar patrones crecientes de insostenibilidad) y valores capitales de la convivencia (concepción del bien común o de la justicia, percepción de las instituciones) que en algunos casos pueden haber evolucionado en dirección contraria (menor identidad colectiva, mayor individualismo). Y es que, por un lado, los cambios de valores profundos se da en el marco de un contexto que lo retroalimenta. En palabras del investigador en psicología socioambiental, Tomeu Vidal, «es en los contextos donde se “construyen” socialmente nuestros valores, creencias, actitudes, conocimientos y normas personales».<sup>12</sup> Y, por otro, aunque pueda resultar contra intuitivo, sólidas teorías del aprendizaje afirman que en muchos casos es el cambio en las prácticas el que activa el cambio de valores y no al revés, al menos para su consolidación y profundización.

La espiral parece no tener salida, entramos en un círculo vicioso. Si no hay cambios en las prácticas propias, el cambio de valores tiende a ser insuficiente o meramente declarativo. Si no hay cambio de contextos, el cambio de prácticas está muy limitado y es poco extensible a las mayorías. Si no hay cambio de valores, es imposible crear un caldo de cultivo social que promueva los cambios estructurales que modifican el contexto. Y vuelta empezar.

---

<sup>12</sup> Capítulo 8.2.2, <http://opcions.org/es/blog/informe-consumo-y-cambio-global>.

Y ante este panorama surge una pregunta: ¿en dicho círculo vicioso tiene sentido tratar de incidir directamente sobre las prácticas de consumo y estilos de vida? Parecería que el cambio de estas sería más un resultado, una consecuencia de una transformación social profunda. Sin embargo, creemos que pueden ser también palanca de cambio. Tratar de incidir sobre las prácticas puede ser una forma efectiva a la hora de crear el caldo de cultivo social en las percepciones, valores y aceptaciones que permitirán y promoverán las transformaciones profundas de los contextos. En el proceso de intentar transformar prácticas cotidianas surgen nuevas articulaciones colectivas (como las cooperativas de consumo), nuevas identidades (por ejemplo «los que vamos en bici»), nuevos liderazgos sociales (los movimientos en torno a la agroecología, los huertos comunitarios, las bici críticas, el decrecimiento, etc.), desde donde es más fácil imaginar semillas de esa regeneración democrática y cultural. Dicha regeneración implica la consolidación de un tejido social que no solo acepte, sino que impulse las transformaciones del contexto que permitan modificar los patrones de consumo.



Por supuesto, el incidir sobre los patrones de consumo no es la única palanca mediante la que articular el cambio necesario; es necesaria, pero no suficiente. No cambiaremos el mundo desde el consumo pero si el consumo no cambia, el mundo tampoco lo hará. Pero es que tratar de incidir sobre prácticas y estilos de vida aporta elementos específicos en la búsqueda de esa transformación ya que las mayorías sociales pueden, con especial facilidad y efectividad, activar/pensar, desde las prácticas, las transformaciones necesarias y sus dificultades asociadas. Ello otorga al consumo un potencial transformador nada despreciable.

La propuesta es tratar de generar círculos virtuosos, es decir, cambios que retroalimentan otros cambios que a su vez vuelven a retroalimentar los primeros. Desde la psicología

social-ambiental reciente se remarca un elemento que en nuestra espiral infernal nos puede ayudar a pasar del círculo vicioso al círculo virtuoso: «el empoderamiento o el fortalecimiento de los grupos y comunidades, facilita la acción en el sentido político y de toma de consciencia de esa actuación, además de la construcción de identidad social y colectiva que de ésta se deriva». <sup>13</sup> Proseguimos, por tanto, nuestro recorrido profundizando en una de las dinámicas que permiten pasar de círculos viciosos a círculos virtuosos. Nos referimos a las dinámicas de empoderamiento comunitario que se dan en el ámbito de la transformación del consumo y de los estilos de vida.

---

No cambiaremos el mundo desde el consumo pero si el consumo no cambia, el mundo tampoco lo hará

---

## Microcontextos y círculos virtuosos

Una experiencia común entre los que intentan hacer cambios en sus formas de vida y consumo es la de sentirse, en la cotidianidad, limitados en las opciones o bajo la exigencia de un esfuerzo excesivo. Es desde ahí, aunque no solo por ello, que surgen articulaciones colectivas desde donde construir, facilitar y hacer más accesibles otras formas de satisfacer necesidades, que es al fin y al cabo de lo que va en esencia el consumo. Cooperativas de consumo agroecológico, bancos del tiempo, redes de intercambio, grupos de crianza, finanzas alternativas, graticiclaje, huertos comunitarios, cooperativas de energía. Estas experiencias enlazan con un ámbito muy en boga, el llamado consumo colaborativo (*bookcrossing, cohousing, coachsurfing, crowdfunding, Wwoofing, social-car, car-pooling, carsharing*)<sup>14</sup> aunque este término agrupa no solo articulaciones colectivas sino también nuevas formas empresariales o mixtas basadas en compartir recursos en lugar de poseerlos. Pero volviendo a las articulaciones colectivas, algunos los han llamado Ingenios de Producción Colectiva (Ecologistas en Acción), otros (CRIC- Opciones) Inovaciones Comunitarias en Sostenibilidad (ICO) y otros (los académicos anglosajones) Grassroots Innovations pero vienen a ser iniciativas muy similares.<sup>15</sup> Desde estos espacios colectivos las acciones se

---

<sup>13</sup> M. Montero, «El fortalecimiento en la comunidad» en M. Montero, *Teoría y práctica de la psicología comunitaria. La tensión entre comunidad y sociedad*, Buenos Aires, Paidós, 2006, pp. 59-92.

<sup>14</sup> Todas ellas diferentes iniciativas orientadas al intercambio de libros, casas, redes de alojamiento, financiación colectiva de proyectos, redes de trabajo en granjas ecológicas e intercambio de coches compartidos.

<sup>15</sup> Ampliando más el marco de este tipo de articulaciones colectivas fuera del ámbito del consumo y la sostenibilidad encontramos desde el entorno P2P la idea de Innovaciones Ciudadanas ([www.viveroiniciativasciudadanas.net](http://www.viveroiniciativasciudadanas.net)). «Las iniciativas ciudadanas son procesos informales de práctica ciudadana que modifican de forma resiliente y adaptativa el entorno urbano. Son prácticas de auto organización colectiva que trabajan por el empoderamiento urbano de la ciudadanía y desarrollan procesos críticos sobre la ciudad actual. Entendemos a las iniciativas ciudadanas como agentes que promueven la innovación social en los entornos donde operan.»

facilitan, las alternativas se hacen más accesibles, fáciles y fluidas y se crean espacios de identidad, afinidad, complicidad. Estas ICO generan microcontextos logísticos, económicos, sociales, emocionales y culturales desde donde experimentar con otras prácticas de manera que las posibilidades de cambios en los estilos de vida, formas de consumo, etc. se ensanchan hasta crear un *círculo virtuoso*.

## Microcontextos en macrocontextos

Sin embargo, dichos micro contextos pese a tener un largo recorrido están limitados a nichos: espacios sociales muy reducidos con alto grado de concienciación, experiencia en la organización colectiva, etc. Hace falta saltar a otras capas de la *cebolla* social. Los teóricos anglosajones han conceptualizado la necesidad de tres procesos en este sentido: *upscaling* (escalar: aumentar la escala de las ICO), *replication* (replicar las ICO y sus actividades) y *mainstreaming o translation* (popularizar: llegar al ciudadano medio; drenar aprendizajes y prácticas desde las ICO al grueso de la sociedad).

Esos procesos pueden implicar, en muchos casos, desvirtuar elementos de la propuesta inicial (exigencia de criterios, dimensión participativa, discurso político, articulación comunitaria) mediante cambios en el funcionamiento o planteamiento (reducir la necesidad de implicación de los miembros, abaratar mediante economías de escala, facilitar logística, ampliar posibilidades, reducir exigencias en los criterios, profesionalizar algunas tareas). E incluso, muchas veces, implica la aparición de estructuras empresariales o comerciales (empresas, cooperativas) que tratan de ofrecer servicios similares. Pero son probablemente procesos necesarios; la propuesta inicial tiene que perder rigidez para poder fluir a otras capas de la sociedad, surgen mutaciones con nuevas características. Y, además, no necesariamente se tiene que desvirtuar significativamente; por ejemplo, puede ser el terreno para estructuras empresariales y comerciales vinculadas a otra forma de hacer “negocio” como puede ser todo el sector de la economía social y solidaria.

En cualquier caso no se trata de que las ICO sean sustituidas, sino de que puedan convivir diferentes modelos adaptados a diferentes sectores, necesidades... de manera que dichos espacios de prácticas sean accesibles a más capas de la cebolla. ¿Dónde está el equilibrio entre “popularizarse y desvirtuarse”? Probablemente no hay respuesta general, preguntárselo es parte del proceso.

En cualquier caso, incluso cuando estos procesos de *upscaling* se dan de manera rotunda también tocan con los techos de las macro estructuras sociales, políticas, económicas. Los micro contextos comunitarios o colectivos ofrecen muchas más posibilidades de ensanchar las posibilidades de acción y transformación que los micro contextos familiares o indi-



Dicho proceso de regeneración democrática ha de arrojar nuevos contratos sociales donde la variable biofísica (o ambiental o ecológica como la queramos llamar) esté integrada. Según el economista Herman Daly<sup>16</sup> vivimos en un *mundo lleno* pero utilizando el paradigma de un *mundo vacío*, como el que habitaron nuestros tatarabuelos, donde el límite lo ponían las capacidades humanas de transformación de los recursos naturales ya que la naturaleza “era” (parecía) ilimitada. En un *mundo lleno* las limitaciones las establecen los límites de la naturaleza (recursos naturales que se agotan, sumideros a rebosar, ecosistemas saturados de elementos que no pueden procesar, absorber). Tenemos contratos sociales, percepciones de justicia social y visiones del procomún de un *mundo vacío* y no funcionan en un *mundo lleno*.

## La gestión de los *commons* naturales: un nuevo contrato ecosocial

Como comentábamos anteriormente la crítica moral al consumismo, al derroche, al materialismo está relativamente extendida. Crítica que, además, se proyecta especialmente hacia los sectores populares. Dicho consenso refleja un relativo cinismo cuando los grupos de discusión del estudio mencionado anteriormente eran cuestionados en torno a los límites del modelo actual de consumo. Y es que apenas aparecen paralelamente ni margen ni criterios de racionalidad común desde los que sugerir algún tipo de límite a las “necesidades” que construye la sociedad de consumo.<sup>17</sup> Por tanto, la crítica se conforma con un consenso obvio, pero superficial, sin apenas consecuencias y mucho menos horizontes de transformación.

Este hecho nos hace tomar conciencia de la dificultad de construir discursos que tengan en cuenta los límites en la construcción social de necesidades, cuando el marco de la discusión son las pautas individuales de consumo. La sociedad de consumo puede aparecer fácilmente en el discurso como una trampa moral e individual, pero en este último plano queda neutralizado cualquier análisis que pretenda establecer marcos colectivos de gestión de dicha “trampa”.

El discurso ambientalista tiende a estar muy basado en la responsabilidad y la educación, pero el problema ambiental también es consecuencia de relaciones sociales y económicas injustas. El análisis y las políticas de consumo han de incluir en su visión la equidad social (incluyendo la de género) como elemento clave. La idea en esencia es sencilla: los

<sup>16</sup> H. E. Daly, «Economics in a Full World», *Scientific American*, septiembre de 2005, vol. 293, núm. 3.

<sup>17</sup> En la propia sociología del consumo, la cuestión «normativa» sobre los límites de la construcción de necesidades sociales tampoco ha sido un objeto central de su análisis. A. Sayer «(De)commodification, consumer culture, and moral economy», *Environment & Planning D: Society & Space*, 21(3), 2003, pp. 3-41.

recursos y sistemas naturales son parte de unos “comunes” globales y locales de los que todos dependemos, la apropiación o destrucción desproporcionada por parte de unos nos afecta a todos. Al igual que en muchos problemas socioambientales las decisiones privadas del productor sobre cómo quiere fabricar/vender su producto o del consumidor sobre cómo quiere consumir, acaban repercutiendo sobre el ámbito colectivo. Empezando porque el gasto de gestión de la recogida y gestión de los residuos lo asumimos con el dinero público que podría ir a hospitales o escuelas. Pero sobretodo porque los suelos y acuíferos contaminados de los vertederos; las dioxinas en el aire o los alimentos procedentes de las incineradoras; los recursos naturales agotados, etc., las sufrimos todos. Incluso a veces más los que menos contribuyen a ello en un claro caso de injusticia ambiental. Por tanto, hace falta un marco más coherente entre decisiones privadas y consecuencias colectivas.

De hecho, poner este elemento en primera línea al conformar las políticas ambientales sería no sólo un acto de justicia, sino un paso necesario hacia la aceptabilidad social, la consolidación y la extensión de dichas políticas. Es probablemente un elemento clave de esa politización de las nuevas prácticas y articulaciones que comentábamos antes.

Nadie dice que sea fácil y es que la gestión que hagamos como sociedad de la incompatibilidad entre unas necesidades crecientes y los límites biofísicos del planeta plantea rotundas preguntas, generalmente evitadas, sobre el reparto de los recursos naturales y de los impactos ambientales, así como sobre el equilibrio entre derechos individuales y colectivos. ¿Hasta qué punto es aceptable que alguien pueda ser sancionado por utilizar más energía? ¿Qué es más democrático: que cada persona consuma recursos en función de su capacidad de gasto y libertad individual, o que se establezcan umbrales colectivos que limiten las decisiones individuales en la búsqueda de un reparto más equitativo del impacto? ¿Quién y cómo se establece el umbral de lo que es “necesario”? Para afrontar los riesgos morales asociados a estas cuestiones, es fundamental la creación de procesos y marcos de consenso profundamente democráticos.

La hegemónica teoría política liberal ha legitimado, en las democracias occidentales, la sanción o prohibición de determinados comportamientos individuales, mediante el llamado *Principio del perjuicio*, de John Stuart Mill.<sup>18</sup> Según él, cada individuo tiene derecho a actuar de acuerdo a su propia voluntad, en tanto que sus acciones no perjudiquen o dañen a las demás personas.

El dilema del uso de recursos e impactos que plantea la crisis ecosocial parece entrar de lleno en este principio,<sup>19</sup> para evitar el daño a terceros (incluidas futuras generaciones).

---

<sup>18</sup> John Stuart Mill [1859], *Sobre la libertad*, Alianza Editorial, Madrid, 1970.

<sup>19</sup> J. Feinberg, «Harm to others. The Moral Limits of the Criminal Law» vol. 1, Oxford University Press, Oxford, 1984.

Sin embargo, muchos liberales cuestionan su ámbito de aplicación real. En esta línea, según algunos autores,<sup>20</sup> muchas acciones medio-ambientalmente dañinas son inofensivas en sí mismas, siendo la acumulación de muchas acciones inconexas lo que genera el daño social a terceros. Por tanto, se debería trazar una línea a partir de la cual una acción comienza a ser (indirectamente) dañina y por tanto regulable. Trazar esa línea presenta, según dichos autores, el riesgo de arbitrariedad moral.

---

### El discurso ambientalista tiende a estar muy basado en la responsabilidad y la educación, pero el problema ambiental también es consecuencia de relaciones sociales y económicas injustas

---

A pesar de los riesgos asociados a esta cuestión, enfrentarse a este dilema es fundamental, pues la inacción puede conformar situaciones –en términos de reparto de impactos, uso de recursos, etc.–, que vulneren las libertades y derechos individuales y colectivos en el corto plazo y nuestra supervivencia en el largo. Por ejemplo, la escasez de recursos no renovables se materializará instantáneamente en forma de ajustes de precios y por tanto exclusión de sectores de la población. La única forma de gestionar el riesgo de arbitrariedad moral es mediante, una vez más, la creación de procesos y marcos de consensos democráticos regenerados.

A medida que la escasez de recursos se intensifique por la crisis ecológica, previsiblemente se harán más complicados dichos debates y procesos democráticos por la situación de urgencia y, probablemente, las respuestas serán más salomónicas y precipitadas y menos democráticas, es decir, que estarán más condicionadas por los equilibrios de fuerzas asimétricos de nuestras sociedades. La pregunta que surge, por tanto, es si estamos en una situación donde resultaría legítimo establecer significativas restricciones a las decisiones individuales que actualmente son consideradas pertenecientes a la esfera personal.

En la historia reciente contamos con ejemplos ilustrativos de este fenómeno en situaciones de manifiesta escasez, que hoy parecerían un atentado contra la soberanía individual. Durante la crisis del petróleo de 1973, por ejemplo, en Alemania se prohibió circular los domingos, mientras que en Suecia se racionó la gasolina y el combustible de calefacción mediante cartillas. En EEUU, se limitó la velocidad en las autopistas a 87 km/h y se diseñó un calendario de suministro para las gasolineras según numeración de la matrícula.

---

<sup>20</sup> Th. Schramme, «When consumers make environmentally unfriendly choices», *Environmental Politics*, vol. 20, núm. 3, 2011, pp. 340–355.

## Políticas coherentes, justas y efectivas

Las instituciones tienen, pese a la erosión reciente de su credibilidad, el potencial de indicar con mucha capacidad de influencia cuáles son los tipos de comportamientos y actitudes que son valorados socialmente, qué objetivos y aspiraciones son percibidas como apropiadas, etc. Pero este potencial se hará real sólo si, como decíamos, se da una regeneración de las instituciones y un nuevo equilibrio de fuerzas en el marco de un acuerdo social amplio que sea considerado legítimo por la mayoría de la sociedad.

Como veíamos más arriba un elemento que contribuye a dicha falta de credibilidad es el hecho de que, actualmente, muchas de las políticas ambientales aparecen ante el ciudadano contradictorias con otras actuaciones institucionales, sin claridad respecto a sus objetivos, medios, resultados, reparto de esfuerzos, etc. Este contexto dificulta fuertemente la motivación del esfuerzo y la aceptabilidad de las exigencias o restricciones. En cambio, un marco integral y coherente, y que se perciba como justo y efectivo, puede modificar los apoyos, aceptabilidades y simpatías hacia dichas políticas. Un caso claro de este marco incoherente sería la contradicción entre mensajes que promueven prácticas ambientales (utiliza transporte público, ahorra energía, compra alimentos ecológicos) y unos precios, tarifas e impuestos que promueven comportamientos opuestos.

Para construir la masa crítica que acepte y promueva los cambios necesarios hacen falta políticas de educación, información y concienciación gigantescas, así como cambios de leyes y por supuesto una sociedad civil proactiva. Pero todo eso necesita entre otras cosas del efecto arrastre y la coherencia funcional que generan los incentivos económicos. Los precios finales de los consumos y productos no pueden dar señales contradictorias con esas otras políticas y mensajes ambientales, como han hecho hasta ahora. Porque más allá del valor monetario, los incentivos económicos también ayudan a *crear un contexto motivacional para los ciudadanos*, ya que transmiten una serie de señales: *concienciación social* sobre el coste real –ambiental y económico– de algo, *coherencia* del modelo, *determinación* de las instituciones, *recompensa del esfuerzo*, *relación justa*. Este nuevo contexto puede hacer que en muchos casos personas que ya simpatizan con el sentido de la medida puedan acabar de integrar dichas prácticas o les ayude a afianzar sus prácticas.

Según indica la evidencia empírica, las políticas que agrupan instrumentos de distintos tipos (fiscales, regulatorios, educativos) tienden a ser más efectivas.<sup>21</sup> De hecho, no estamos afirmando que los incentivos económicos por sí solos cambiarán comportamientos y contextos. Pero sí que tienen un papel clave a jugar en el *puzzle*. No podemos promover comportamientos indefinida y exclusivamente en base a recompensas morales (campañas

<sup>21</sup> Véase capítulo 6.4 del Informe para un desarrollo en mayor profundidad de estos aspectos <http://opcions.org/es/blog/informe-consumo-y-cambio-global>.

de sensibilización) y que en la práctica no cuidar el bien común, contaminar, derrochar, etc., nos salga gratis, porque no es ni justo ni efectivo.

Por supuesto, el diseño de los incentivos económicos ha de tener muy presente el contexto social desigual en el que se insertan. No todos tenemos los mismos recursos económicos, y por tanto no se pueden aplicar medidas a ciegas y de manera universal, hemos de prever sus impactos. En cualquier caso retrasar las correcciones necesarias en los precios implicará, a medio plazo, aceptar el tremendo daño inequitativamente repartido que la crisis ecológica ocasionará, en forma de creciente escasez y por tanto de exclusión para muchos. No es por tanto una mera opción moral, se trata de evaluar qué es legítimo hacer para salvaguardar el proyecto de convivencia y bienestar común.

## Tres anclajes para el desarrollo de políticas públicas en consumo

No olvidamos que un cambio sociocultural de gran calado es la esencia de esta transformación, algo que sobrepasa el alcance de las políticas públicas. Sin embargo, creemos que éstas son sin duda cruciales a la hora de crear el contexto adecuado y de retroalimentar las transformaciones surgidas desde el seno de la sociedad o sus periferias. Para acabar, por tanto, este artículo me gustaría señalar los tres ejes sobre los que creemos que se pueden establecer el grueso de las políticas públicas para promover cambios en el consumo y los estilos de vida en base a los elementos que hemos ido desarrollando a lo largo del texto:

1. De apoyo a las *innovaciones comunitarias* en sostenibilidad (establecer medidas legislativas que favorezcan el desarrollo de empresas y cooperativas de economía solidaria así como de las iniciativas comunitarias en sostenibilidad adaptando los marcos legales existentes a sus especificidades; establecer mecanismos de asesoría así como de apoyo económico y logístico a estos ámbitos, etc.).
2. De *información, sensibilización y educación* en la sostenibilidad. En relación a las políticas actuales en este campo proponemos: incorporar enfoques de consumo más transformadores que incluyan cuestiones más allá de la compra como los ritmos de vida, las necesidades, el concepto de bienestar, etc.; aprovechar el potencial de las agencias e institutos de consumo; aplicar la perspectiva de género en dichas políticas; asegurar una planificación exhaustiva de las políticas para garantizar una formulación de mayor calidad y facilitar su implantación en cada contexto; e incorporar criterios de sostenibilidad en la formulación de todas las políticas públicas no sólo como política de demanda que incentive dicha oferta sino como política de importante valor pedagógico.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Véase capítulo 6.3 del Informe para un desarrollo en mayor profundidad de estos aspectos <http://opcions.org/es/blog/informe-consumo-y-cambio-global>.

3. Asimismo, más allá de las políticas de apoyo o sensibilización hemos defendido la importancia crucial de desarrollar *políticas de carácter regulador* que afecten al contexto económico y de mercado de manera que emita señales económicas tanto a la oferta como a la demanda. Para estas políticas proponemos un marco por el cual el diseño de tarifas y tributos debe promover que todo el mundo tienda a ocupar un *espacio ambiental sostenible* que garantice un mínimo vital asequible universalmente y que establezca un techo máximo que limite independientemente del poder adquisitivo el consumo insostenible, determinando un espacio intermedio donde cada cual escoja su pauta de consumo bajo el estímulo económico y cultural de la progresividad socioambiental, es decir, cuánto más te alejes del consumo básico per cápita que el precio por unidad aumente. Estas políticas de incentivo económico se podrían agrupar en torno a tres ejes:
- a. *Regulación* de determinados sectores en sus marcos comerciales e industriales. Por ejemplo, imponer medidas de ecodiseño industrial (estandarizar repuestos y accesorios así como envases o embalajes, establecer umbrales de vida mínima útil) o de gestión de residuos (establecer sistemas de retorno y depósito para envases o productos obligatorios, ampliar los objetivos y ámbitos del sistema de responsabilidad ampliada del productor) ya sea mediante incentivos económicos o regulaciones directas.
  - b. *Incentivos económicos* tanto a la oferta como a la demanda. Por un lado influyendo en el diseño de las *estructuras tarifarias* de sectores muy regulados (agua, electricidad, combustibles, residuos). Por otro, mediante *medidas fiscales* especialmente en los sectores con impacto ambiental más relevante<sup>23</sup> (en movilidad con la eliminación de exenciones antiecológicas en impuestos especiales sobre combustibles y circulación así como una revisión general de tipos; en alimentación y consumo general mediante una ambientalización de los tramos del IVA, en electricidad y gas revisando la estructura tarifaria y los tipos del impuesto especial, en residuos vinculando la base imponible a la generación; en agua revisando la estructura tarifaria y los cánones y tasas para desarrollar progresividad ambiental). Por último, mediante *subvenciones*<sup>24</sup> a determinados sectores o productos o ambientalizando algunas existentes como los planes *renove* de manera que incluyan análisis de ciclo de vida y no solo consumos. Y no solo medidas más inmediatas sino también medidas de cambio más estructural como la Asignación personal de carbono.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Según un estudio, el 70% de impacto ambiental del consumo surge de la alimentación, movilidad, uso energético en el hogar y la construcción de viviendas. En A. Tukker *et al.*, «System innovation for sustainability 1: Perspectives on radical changes to sustainable consumption and production», documento final del proyecto Sustainable Consumption Research Exchange Network (SCORE!).

<sup>24</sup> Véase capítulo 6.2 del Informe para un desarrollo en mayor profundidad de estos aspectos <http://opcions.org/es/blog/informe-consumo-y-cambio-global>.

<sup>25</sup> Asignación personal de carbono (sistemas de Cuotas Domésticas Comercializables de Emisión o de Energía): consisten básicamente en la asignación de una cantidad de emisiones de carbono por persona en un periodo de tiempo. Los promotores de esta idea la defienden en términos de efectividad, equidad y eficiencia. [www.teqs.net](http://www.teqs.net).

- c. *Compras públicas*. El gasto público, a parte de su valor pedagógico que mencionábamos más arriba, tiene un poder tremendo para generar demanda estable y previsible en determinadas direcciones de manera que ayude a desarrollar o consolidar determinados modelos de producción o sectores. Compra de energía verde para edificios públicos, alimentación ecológica y local de centros educativos y sanitarios públicos, subcontratación de servicios a empresas de economía solidaria.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> En la página XX de Papeles hay un artículo Compra Pública.