

GUÍA

CONSUMO CONSCIENTE

Un consumo que construye desde la
participación ciudadana en Donostia

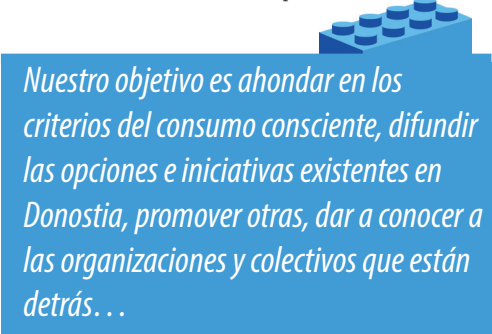


SARETUZ

Donostiako Kontsumo Kontziente eta Arduratsuren Sarea
Red de Consumo Consciente y Responsable de Donostia

1. PRESENTACIÓN

Saretuz es la Red por el Consumo Consciente y Transformador de Donostia. Nos gusta pensar que el consumo consciente y transformador es un consumo que construye, que es a la vez una estrategia y una herramienta fundamental para llegar a poder vivir en la sociedad que soñamos: una sociedad donde la vida es el centro y la economía esté a su servicio, basada en la justicia, en la equidad entre mujeres y hombres y entre los pueblos, en la solidaridad, en el equilibrio con la naturaleza, en el compromiso, en la cooperación, donde los cuidados estén repartidos...



Nuestro objetivo es ahondar en los criterios del consumo consciente, difundir las opciones e iniciativas existentes en Donostia, promover otras, dar a conocer a las organizaciones y colectivos que están detrás...

Saretuz es una iniciativa de educación para la transformación y la emancipación apoyada por el Ayuntamiento de Donostia desde el año 2012. En esta Red participan en el "grupo motor" cerca de 11 organizaciones, colectivos y asociaciones: Emaús Fundación Social, Mugarik Gabe, Calcuta Ondoan, Gabiltza, Veterinarios sin Fronteras, grupo de Comercio Justo de Donostia, Economistas sin Fronteras, AntiguaOtarrrak, Fundación Cristiana Enea, Fiare (banca

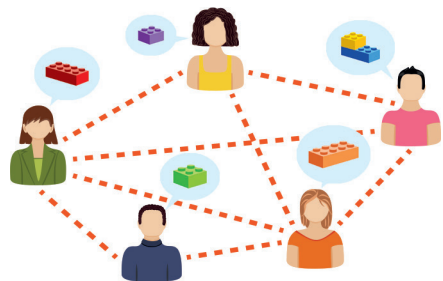
ética); y estamos en contacto con al menos otras 15 organizaciones: Setem Hego Haizea, Otarra Bioelkartea, Club de alimentación consciente de Basque Culinary Center, Ekologistak Martxan, Festival cine CCdonostia, Ximaurpila y Ekoliderrak sarea, Aingura Kofradia,...

Recientemente se acaban de incorporar Banda Bat, Slow Food, Surfrider y Egiako Kontsuko Taldea.

En poco más de 3 años y medio hemos conseguido hacernos un huequito en la ciudad, y esperamos seguir sumando más colectivos e iniciativas a la Red.

Nuestro objetivo es ahondar en los criterios del consumo consciente, difundir las opciones e iniciativas existentes en Donostia, promover otras, dar a conocer a las organizaciones y colectivos que están detrás... Pero no sólo eso, sino que queremos aprender del trabajo colectivo, aprender a ser red, de nuestros intereses en común, de la coordinación, la inclusión, de cómo participar, metodologías, cuidados... Un verdadero reto.

En Donostia cada vez existen más opciones responsables para adquirir, cambiar o utilizar un producto o servi-




cio con criterios responsables y conscientes. Es por esta razón que queremos publicar esta Guía, para poder dar unas pequeñas pinceladas y reflexionar en torno al consumo de diferentes productos y servicios y poder dar a conocer también estas opciones en la ciudad, con la intención de ir sumando cada vez más personas, organizaciones, colectivos, instituciones, etc, dispuestas a ir modificando sus hábitos de consumo, cada cual a su ritmo y por qué no, ir soñando, generando, creando, inventando, materializando nuevas opciones y posibilidades, proyectos, etc.

Esta guía no está terminada. Entendemos que es una guía dinámica, en

continua “construcción”, ya que es fruto del trabajo colectivo en la Red.

Vosotras y vosotros también podéis hacer cualquier sugerencia, propuesta, darnos a conocer otras iniciativas que cumplen los criterios de consumo consciente y responsables y que creáis que no están recogidas... Es muy sencillo, poneros en contacto con nosotras a través de la web **www.saretuz.com** o en **saretuz@gmail.com**.

Esperemos que disfrutéis de la lectura, que sea capaz de ilusionaros y llevaros al compromiso de ir cambiando poco a poco los hábitos de consumo para conseguir una sociedad más justa y equitativa. 

2. NUESTRA SOCIEDAD, ALGUNOS DATOS Y CÓMO SE POSICIONA LA RED SARETUZ

En Donostia, al igual que en la gran mayoría de nuestros pueblos y ciudades, se ha ido imponiendo un consumo cómodo, desmesurado, alejado de nuestras necesidades reales como personas e irresponsable con nuestro entorno más cercano y lejano y con las generaciones futuras. Enormes centros comerciales, grandes cadenas de distribución y marcas internacionales han proliferado en el centro y periferia de la ciudad al mismo tiempo que pequeñas y pequeños comerciantes y baserritarras han tenido que cerrar sus comercios y explotaciones agrarias respectivamente.

A la par y con el crecimiento económico, nuestros niveles de consumo han ido creciendo y con ello el nivel de residuos que generamos. Residuos que hoy en día nos cuesta gestionar y que, bajo nuestro punto de vista, la clave del debate debería centrarse en cómo reducirlos.

Este consumismo, y todo el sistema productivo que lo sustenta, depende en gran parte de recursos, combustibles fósiles y energías no renovables y deteriora gravemente nuestro ecosistema. Así, consumimos y producimos como

si el planeta y los recursos que posee fueran infinitos. Pero como sabemos, no es así, son finitos, se están reduciendo drásticamente, cada vez cuesta más extraerlos y de momento no disponemos de más planetas. No es sostenible un sistema de producción y consumo como el actual en un planeta con recursos limitados.

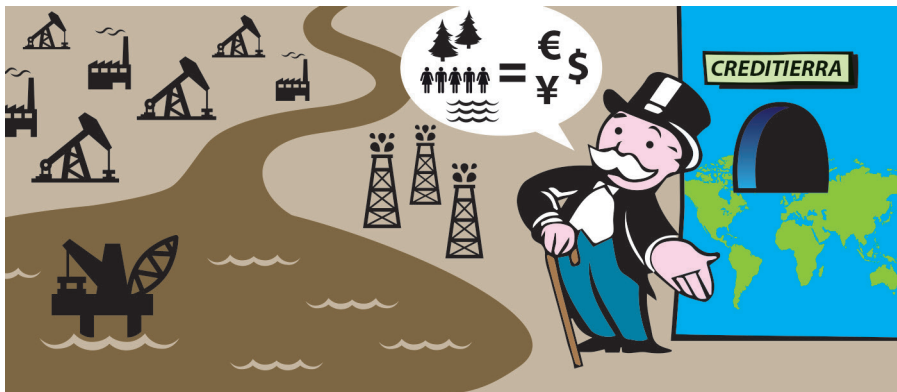


Además de la cuestión medioambiental, está la cuestión social, es decir, cabría preguntarnos quién y en qué condiciones ha producido aquello que consumimos.

La Red Global de la Huella Ecológica (Global Footprint Network, o GFN) estima cada año la fecha en que la demanda o consumo anual de la población supera lo que la naturaleza puede renovar en un año. En 2014 ese día, conocido como el Día del Exceso de la Tierra, es el 19 de agosto. Es decir, consumimos más rápido que lo que la Tierra puede regenerar. A partir de este día, estamos

explotando los recursos de las generaciones futuras. Es como si pidiéramos un crédito hasta final de año, que sabemos no se va a pagar y que además se acumula con los créditos de los años anteriores y futuros. (Hacer con este párrafo una pequeña ilustración?)

Pero además de la cuestión medioambiental, está la cuestión social, es decir, cabría preguntarnos quién y en qué condiciones ha producido aquello que consumimos. Y es aquí donde vemos que, además de haberse producido en muchas ocasiones a miles de kilómetros (sabíais que una manzana puede recorrer hasta 10.000km antes de llegar a la boca?) gran parte de nuestras compras han sido producidas por trabajadores y sobre todo trabajadoras en condiciones que suponen una vulneración de sus derechos laborales, humanos y hasta en ocasiones en situaciones de explotación y esclavitud. Esta es una de las razones por las que en productos fabricados tan lejos nos resultan tan económicos y de ahí la necesidad de otorgarle un valor



real y pagar un precio justo por lo que consumimos. Y esto también ocurre aquí. Con la excusa de la crisis se está recortando en salarios, en servicios, en derechos laborales, se entiende que el medio ambiente ahora no es tan importante, la precariedad aumenta y los datos de pobreza asustan y avergüenzan (según EUSTAT, en Gipuzkoa hay más de 29.000 personas en grave riesgo de pobreza). Ya ha dejado de ser, si alguna vez lo fue, algo que ocurría en otros países. De aquí la propuesta sobre la que sustentan los productos de comercio justo que, entre otras cuestiones, garantizan unas dignas condiciones laborales para las personas que los producen y que son otra de las alternativas a las que podemos acceder a través de las diversas tiendas, asociaciones y colectivos que los ofertan en Donostia.

Hay que hacer mención también a la salud. De sobra son conocidos los cada vez mayores niveles de ansiedad, frustración, depresión, soledad, dependencias, ludopatías, etc. Pero también por ejemplos los efectos de los insecticidas en mujeres en edad fértil (y en las hijas o hijos que puedan llegar a tener), el acceso a agua potable, la cantidad de peces y aves de todos los tamaños que mueren por la ingesta de plástico, etc.

Hay que subrayar que el consumismo también ahonda en las relaciones desiguales entre hombres y mujeres. La publicidad de muchos de los productos es sexista: relega a las mujeres al ámbito del hogar, la limpieza, los cuidados y a las compras relacionadas con la belleza

(imponiendo presión estética a través de un modelo de belleza imposible y nada saludable), su cuerpo es un “objeto” que sirve para vender, la sexualización es clara; y fomenta en los hombres la competitividad y las compras de mayor coste como los coches o la tecnología. Así, cabría preguntarnos en la misma línea y ya en nuestro entorno más cercano quién decide las compras de cada tipo y quién compra habitualmente qué y observaremos cómo esas influencias culturales y esos estereotipos y roles de género condicionan nuestros patrones de consumo diarios.



El consumismo también ahonda en las relaciones desiguales entre hombres y mujeres.

No podemos olvidar además el papel fundamental que han jugado las mujeres baserritarras como base de la economía local en nuestro entorno, ya que ellas además de dedicarse a la producción de alimentos como campesinas, también han asumido el rol reproductivo, de cuidado de las personas, de gestionar la economía doméstica, de relaciones y tejer redes, etc.

Que se pare el mundo... Que nos bajamos...

Ante todo esto, cada vez somos más organizaciones, colectivos, y personas a nivel individual las que estamos convencidas de que en Donostia también es posible consumir, ahorrar y vivir de

manera más autosuficiente, colectiva, y con base a otros criterios que no tienen que ver con el sistema de producción y consumo dominante actual, social y medioambientalmente insostenible.



Desde la Red Saretuz de Donostia nos hemos dado cuenta de que hemos recuperado parte de Poder sobre nuestras vidas.

Nuestros hábitos de consumo, nuestras compras y nuestras no compras, son una herramienta y un Poder que tenemos todas y todos al alcance de la mano para impulsar cambios reales, de transformación real de las personas, las sociedades, la economía, las relaciones, los cuidados, etc.

¿Qué proponemos?

Desde la Red Saretuz de Donostia nos hemos dado cuenta de que hemos recuperado parte de Poder sobre nuestras vidas. Creíamos que éramos libres porque podíamos elegir entre gran cantidad de marcas, formas, tamaños y colores, porque podíamos comer tomates en enero y croissants recién hechos.

Sin embargo, cuando nos pusimos a reflexionar sobre el consumo, qué hay detrás y a quién favorece, nos encontramos que detrás de todas esas marcas sólo hay 4 o 5 grandes multinacionales de la alimentación, que los tomates de enero son traídos desde miles de kilómetros de aquí y que el aceite de

palma utilizado en pastelería industrial está suponiendo que miles de personas sean expulsadas de sus tierras, que sean explotadas como mano de obra barata, especialmente mujeres y menores, que ecológicamente es un desastre pues acaba con la biosfera local para plantar palma...

Y así, todos los ejemplos que nos podamos imaginar, no sólo con alimentación, sino con todo: informática, automovilismo, energía, finanzas y banca, electrodomésticos, ropa, etc.

Este escenario, sin embargo, no nos ha abrumado y paralizado (uno de los riesgos de tener información real y veraz es que nos lleve a pensar “no se puede hacer nada”). Sino que nos ha MOVILIZADO: ante esta tiranía e injusticia, desde la Red Saretuz proponemos la relocalización de la economía, circuitos cortos, relaciones de confianza, información y acceso a la misma, reconocimiento, valorización del trabajo realizado por las mujeres, reparto equitativo de los cuidados... y cómo no, consumos conscientes, responsables que lleven a la transformación de la sociedad y la emancipación de las personas que viven en ella.

El Consumo Consciente y Responsable es aquel que comienza con el cuestionamiento del actual modelo de producción y consumo y el replanteamiento de nuestras necesidades como personas y continúa con una reducción y un cambio de nuestros hábitos de consu-

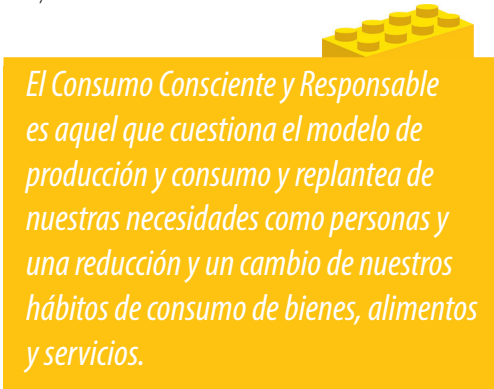
mo de bienes, alimentos y servicios. Busca impulsar alternativas sostenibles, locales y cercanas, que, en el caso de los alimentos, también sean ecológicas y de temporada, con el objetivo de minimizar el impacto medioambiental en su producción y transporte. Además, es crítico con un sistema que perpetúa las desigualdades sociales entre personas, pueblos, entre norte y sur y entre mujeres y hombres. Con todo ello pretende promover un cambio social hacia un modelo de producción y consumo que no acentúe esas desigualdades y que sea solidario, justo y equitativo.

También es transformador porque las propias personas y colectivos promueven cambios reales en la estructura de la sociedad. Y es una experiencia emancipadora porque las personas se empoderan, es decir, conocen sus derechos, los ejercen y los exigen.

Son muchas las corrientes e ideas que se recogen o se pueden relacionar con esta definición.

En cuanto a la alimentación, coincidimos con la visión que nos ofrece la Soberanía Alimentaria, concepto que alude al derecho de todos los pueblos

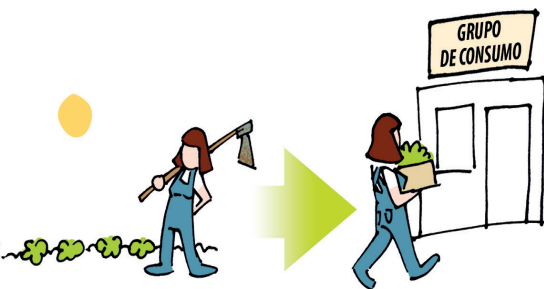
a decidir y definir sus propias políticas sostenibles de producción, distribución y consumo de alimentos. Todo ello basándose en la pequeña y mediana producción, en el respeto al campesinado y en una alimentación sana. Y esa



El Consumo Consciente y Responsable es aquel que cuestiona el modelo de producción y consumo y replantea de nuestras necesidades como personas y una reducción y un cambio de nuestros hábitos de consumo de bienes, alimentos y servicios.

sostenibilidad pasa, efectivamente, por una apuesta por fomentar los alimentos cercanos, de temporada y a ser posible ecológicos. Grupos de consumo directo con campesinas y campesinos, asociaciones de consumo ecológico, mercados tradicionales como el de la Bretxa, pequeño comercio de alimentación local o cultivar nuestro propio huerto urbano son algunas de las alternativas de las que disponemos en Donostia para a través de nuestros hábitos de vida y consumo fomentar la Soberanía Alimentaria. De esta manera fortaleceremos nuestro entorno, baserritarras, economía, cultura, dando vida a nuestra ciudad, pueblo y sus gentes, el entorno natural y vivo...

Por lo tanto, la Soberanía Alimentaria propone un modelo justamente contra-



rio al imperante hoy en día, un modelo en el que la producción y venta de alimentos está controlada en gran parte por un número muy reducido de empresas transnacionales con total poder y orientado a la obtención de beneficios económicos y no a la satisfacción de las necesidades de las personas. He ahí una de las razones de que casi haya 1000 millones de personas en el mundo que pasan hambre y de que continuamente a campesinado y pueblos indígenas se les arrebaten sus tierras y se les desplace de sus territorios.

Para todos aquellos alimentos que por diferentes circunstancias (como el clima por ejemplo) no pueden ser cultivados o producidos relativamente cerca y deben ser exportados desde latitudes lejanas, los productos de Comercio Justo antes mencionados son otra de las alternativas que están al alcance de nuestra mano en Donostia.

¿CÓMO SE ORGANIZA ESTA GUÍA?

Dentro de la Red hemos estado debatiendo y consensuando los criterios que debería tener una guía como ésta y también hemos pensado que es interesante una lista de preguntas a hacernos a la hora de realizar una compra o utilizar un servicio. Lo podréis encontrar un poquito más abajo.

Por otra parte, y como decíamos anteriormente, esta guía no está terminada. Cada año iremos sumando fichas, de diferentes temas: energía, economía y finanzas, artesanía, alimentación,... Sin embargo no queremos que sea únicamente una “guía técnica”, sino que nos gustaría aportar otra serie de fichas paralelas en los que plasmemos los valores, los momentos, etc que hacen que una experiencia, actividad, sean más o menos sostenibles, que elementos las favorecen: la confianza, el ambiente, la buena planificación, etc... Para nosotras, es importante poder hacer una reflexión sobre qué ocurre “entre bambalinas”. Es decir llevar lo inconsciente al plano consciente, para poder así analizarlo y utilizarlo de manera más eficaz.

A continuación os presentamos un resumen del debate mantenido entre las organizaciones que formamos la Red Saretuz en torno a los criterios que nos marcamos para la Guía y el Callerejo de Consumo Consciente y Transformador de Donostia:

A. CRITERIOS CONSENSUADOS

(y que también podrás encontrar en el callejero de CC de Donostia)



IGUALDAD

Iniciativas, tiendas y servicios impulsados por mujeres y/o que fomentan la igualdad (certificados y planes de igualdad).



LOCAL

Productos cuya producción, distribución y venta es realizada por actores de la economía local (distancia menor de 80 km), contribuyendo así al desarrollo de la comunidad y a la creación de relaciones de confianza y cercanía entre personas productoras y consumidoras.



ECOLÓGICO

Productos o servicios cuyo proceso productivo se realiza de manera sustentable, respetando el medio ambiente y los ciclos de la naturaleza y dando lugar a productos o servicios saludables para las personas.



REUTILIZACIÓN: Segunda mano y reparación

Tiendas y servicios que ofrecen la oportunidad de volver a utilizar y alargar la vida útil de productos desde el fomento de la segunda mano y la reparación.



ARTESANÍA

Productos realizados de forma artesanal, entendiendo la artesanía como actividad material y social que contribuye al mantenimiento y la promoción digna de oficios tradicionales, la creatividad, la cultura y en muchos casos la reutilización sostenible de materiales y objetos reparados.



COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional, basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional y local, prestando especial atención a criterios y derechos sociales, laborales y medioambientales y contribuyendo al desarrollo global sostenible de los pueblos, la lucha contra la pobreza y la desigualdad.



ECONOMÍA SOLIDARIA

Iniciativas, tiendas y servicios con una visión y una práctica que reivindican la economía como medio –y no como fin– al servicio del desarrollo personal y comunitario, como instrumento que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno social. Los criterios que la definen son: integral, inclusivo, humano, sustentable, local, equitativo, trabajo, cooperación, sin fines lucrativos y compromiso con el entorno.



MIEMBROS de SARETUZ

Iniciativas, asociaciones y organizaciones que pertenecen y que participan activamente en la red.



TRUEQUE Y MONEDAS SOCIALES Y COMPLEMENTARIAS

Iniciativas, tiendas y servicios que utilizan y fomentan el trueque y el uso de monedas sociales. Las monedas sociales y complementarias hacen que todos los actores se involucren en mayor medida con el desarrollo económico local y la generación de riqueza para toda la comunidad.



LO PÚBLICO

Lugares, espacios, servicios y recursos públicos de los que podemos hacer uso social y participativo, que responda a las necesidades de las personas promoviendo un sentimiento de lo “común, público y compartido”.

B. PERO, ¿CÓMO LO HAGEMOS? ¿POR DÓNDE EMPEZAR? ¿QUÉ PUEDO HACER?

Con todo lo dicho, no debemos olvidar, que el primer paso hacia un Consumo Consciente y Responsable comienza con el cuestionamiento de nuestras necesidades como personas, debemos replantearnos

las mismas y separar lo que realmente queremos y nos es útil y necesario de lo inútil y superfluo. De ahí que el primer paso sea poco a poco consumir menos y optar por la reutilización y el reciclaje y embarcarnos en un proceso personal y colectivo que sea paulatino y liberador. Es decir, que además de ser beneficioso para nuestro planeta y para la sociedad en su conjunto, también lo sea para cada una de nosotras y nosotros y nos libere de todas las cargas derivadas del consumismo.

Así, antes de y mientras consumimos, nos podemos preguntar:

- ¿Realmente necesito eso que quiero comprar?
- Si la respuesta es no, ¿cómo puedo satisfacer esa necesidad sin comprar un producto nuevo?
- Si la respuesta sí,
 - ¿Dónde lo compro? En una gran superficie o en un comercio pequeño y de cercanía? ¿Qué tipo de economía favorezco? ¿a quién van los beneficios de cada tipo de comercio? ¿qué tipo de sociedad promueve cada uno? ¿qué condiciones laborales intuyo que tienen las personas que trabajan en él? ¿las mujeres trabajan en las mismas condiciones que los hombres?
 - ¿Acudo en coche a una gran superficie o realizo la compra en una tienda de barrio?
 - ¿De dónde viene lo que compro? ¿Qué viaje ha hecho?
 - ¿Cómo me venden lo que compro? ¿Utiliza publicidad sexista? ¿Engañosa? ¿Cómo va envasado? ¿Qué residuos se van a generar con los envases?
 - ¿En qué condiciones se ha fabricado? ¿Es una empresa con responsabilidad medioambiental o es altamente contaminante? ¿Respetar

los derechos de las personas trabajadoras, específicamente de las mujeres? ¿Sabes si utiliza a menores de edad en su fabricación? ¿Qué información te da la etiqueta o la empresa/persona que te lo vende?

- Si se trata de un alimento.. ¿Cómo se ha cultivado / producido? ¿Se han respetado los ritmos de la tierra y/o animales o han sido sobre-explotados? ¿Es transgénico? ¿Se le han añadido pesticidas y antibióticos?
- Al usar el producto ¿Qué puedo hacer para cuidarlo y que dure lo máximo posible?
- Una vez terminado su uso ¿Se puede arreglar? ¿Se puede reutilizar? ¿Tengo cerca algún sistema que me asegure su reciclaje?

Donostia, enero de 2015

SARETUZ

Donostiako Kontsumo Kontziente eta Arduratsuaren Sarea
Red de Consumo Consciente y Responsable de Donostia

