



www.youthxchange.net

Cap a estils de vida sostenible

youth X change

Eines per a un consum responsable



Ajuntament de Barcelona



Copyright

Per a la primera edició en català:
© 2002 UNESCO-UNEP

Aquesta publicació es pot reproduir íntegrament o parcial en qualsevol format amb finalitats educatives o no lucratives sense permís especial del propietari dels drets d'autor, sempre que es faci esment de la font. La UNESCO-UNEP agrairia rebre una còpia de qualsevol publicació que utilitzi aquesta publicació com a font.

No es pot utilitzar aquesta publicació per revendre-la ni per a cap altra finalitat comercial sense permís previ per escrit de la UNESCO-UNEP.

Primera edició 2002

Les denominacions utilitzades i la presentació del material d'aquesta publicació no impliquen l'expressió de cap mena d'opinió per part de l'*Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura i del Programa Ambiental de les Nacions Unides* sobre l'estatus legal de qualsevol país, territori, ciutat o àrea o de les seves autoritats, o sobre la delimitació de les seves fronteres.

A més a més, els punts de vista expressats no representen necessàriament la decisió o la política establerta de l'*Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura i del Programa Mediambiental de les Nacions Unides*, ni l'esment de noms o processos comercials comporta la seva aprovació.

Una publicació de les Nacions Unides
ISBN 92-807-2128-3

Edita

Ajuntament de Barcelona. 2004.
Sector de Serveis Urbans
i Medi Ambient
Direcció d'Educació Ambiental
i Participació

Adaptació

Ecoinstitut Barcelona
(Ana Alcantud, Aurea Adell,
Josep Esquerrà i Bettina Schaefer)

Traducció

Maria Botey

Coordinació

Txema Castiella

Col·laboració

Lluís Ferrer (Consell de la Joventut
de Barcelona)
Montse Torrent, Anna Esteve
i Àngels Codina (OCUC)
Montse Peiron i Álvaro Porro (CRIC)
Helena Barracó (D. Educació
Ambiental)

Adaptació del disseny gràfic

Enric Muñoz

Dipòsit legal

B-29355-2004

Imprès en paper 100% reciclat

Per a més informació

Centre de Recursos Barcelona
Sostenible
Nil Fabra, 20. 08012. Barcelona
Tel. 932374743
E-mail: recursos@mail.bcn.es
www.bcn.es/agenda21/crbs

Presentació

El planeta Terra afronta una greu crisi global. El desenvolupament econòmic i social està causant una pressió insuportable sobre el medi ambient. Una producció i uns models de consum ineficients, juntament amb una distribució desigual, han provocat l'augment del desequilibri existent entre **el Nord i el Sud**.

S'ha calculat que si la resta del món consumís el mateix que els països desenvolupats, necessitaríem l'equivalent a **4 Terres més**.

Actualment, els joves constitueixen un sector important de les nostres societats de consum, i els hàbits que adquireixin **ara** tindran un paper decisiu en els models de consum del **futur**. Les seves decisions com a consumidors i consumidores exerceixen una influència creixent sobre mercats i **estils de vida**. Es per això que els joves mereixen una atenció especial dins els esforços per canviar els nostres models de consum malbaratadors per uns altres que estiguin més en sintonia amb el desenvolupament sostenible.

Com a consciència ambiental de l'ONU, el PROGRAMA AMBIENTAL DE LES NACIONS UNIDES (UNEP) destaca el paper de l'educació en la formació d'actituds, valors i comportaments a l'hora de desenvolupar les capacitats, les habilitats i el compromís necessaris per construir un futur sostenible.

Amb YOUTH X CHANGE, la UNEP i la UNESCO intenten mostrar a la gent jove que és possible traduir les nostres aspiracions a un món millor en accions quotidianes.

Klaus Töpfer
Director executiu de UNEP



Koïchiro Matsura
Director General UNESCO



Agraïments

La **UNESCO** i la **UNEP** agraeixen el temps i els esforços de tots els que s'han involucrat en produir i comentar La Guia YOUTH X CHANGE.

Aquesta publicació ha estat preparada per **MÉTA** (Media, Ecology and Technology Association), la Divisió de Tecnologia, Indústria i Economia (DTIE) de la UNEP i la Divisió per a la Promoció de l'Educació de Qualitat (ED/PEQ/ESD) de la UNESCO, en col·laboració amb **Consumers International**.

En aquest projecte, l'equip de MÉTA ha estat constituït per: Patrizia Lugo Loprieno i Madhavi Bhatt (concepte del projecte, producció i disseny), Peter Williams (recolzament al projecte). La feina ha estat coordinada per Isabella Marras, directora associada de programa a la UNEP DTIE, Julia Heiss, especialista de programa a la ED/PEQ/ESD-UNESCO i Daniel Puig Programme Officer, UNEP-DTIE. Christine Knights i Alina Tugend de Consumers International han fet de conselleres i han participat en l'edició. Agraïments especials al Sr. Bas de Leeuw, coordinador del Programa de Consum Sostenible de la UNEP DTIE, pel seu recolzament al projecte.

Els primers esborranys de la guia es van presentar als que inicialment van animar la UNEP i la UNESCO a crear una font d'informació i educació sobre consum sostenible per a la gent jove: **els participants** al *Taller d'Experts en Joventut, Consum i Estils de Vida Sostenibles*, que es va celebrar a París el 6 i 7 de novembre de 2000.

Pròleg

Aquesta és una Guia, com diu el seu títol, per promoure el canvi. El canvi ambiental i social que necessitem perquè les actuals pautes de consum en els països occidentals són insostenibles: un consum creixent, amb una gran despesa energètica, una alta generació de residus i una contaminació elevada. A la vegada, les actuals condicions de producció, comerç i consum augmenten les desigualtats socials al món.

Per capgirar aquesta tendència el poder dels consumidors és enorme i pot influir sensiblement en el mercat, estimulant la producció sostenible, premiant aquelles empreses que fan més esforços per comprometre's en la sostenibilitat, ja siguin les empreses d'agricultura ecològica, les empreses que incorporen béns d'eficiència energètica, les empreses que faciliten el reciclatge o que utilitzen matèries primes menys agressives pel medi ambient, les cooperatives que promouen el comerç just, les corporacions que respecten els drets humans i laborals.

Els joves són un sector, arreu i també a Barcelona, compromès amb el canvi que necessitem. Molts joves d'arreu del món treballen i es mobilitzen per fer realitat que un altre món és possible. I, per fer-ho també es pot actuar des del consum, incorporant i difonent hàbits que ajuden al respecte al medi ambient, que fan tangible la solidaritat i que reclamen una major justícia. Volem agrair al programa de Medi Ambient de Nacions Unides la seva col·laboració per fer possible aquesta traducció i adaptació al català de la Guia, que recull una sèrie de propostes i de pistes per actuar de forma més responsable i més compromesa amb el canvi que necessitem. I que el necessitem urgentment.

Fabià Mohedano
President
Consell de la Joventut
de Barcelona

Imma Mayol
Presidenta
Comissió de Sostenibilitat
Ajuntament de Barcelona.



Continguts

- 6 Què és el Consum Sostenible?**
Concepte del Consum Sostenible.
Factor 4 i Factor 10. Eines pel canvi.
- 8 El projecte "Youth x Change"**
Els joves al món. El paper de la Informació. La iniciativa de la UNEP i de la UNESCO sobre els Joves i el Consum Sostenible.
- 10 Un estil de vida més sostenible**
Consum Sostenible, un tema polifacètic. Dades i xifres.
Desmentiment de tòpics.
- 12 Cuida't**
Crisi alimentària. Cal més informació. Com reduir els productes químics? Contaminació de l'aire a les ciutats.
- 16 Distàncies curtes**
Mobilitat. Emissions de carboni.
Dependència del cotxe.
- 18 Distàncies llargues**
Impacte del turisme de masses.
Vacances Sostenibles.
- 20 Redueix els residus**
La producció: dades i xifres.
L'ecodisseny. Les 5 Rs virtuoses.
- 25 Optimitza l'energia**
Consum: dades i xifres. Energies renovables. Estalvi d'energia.
- 28 Prediu el temps**
Canvi climàtic. Destrucció de la capa de l'ozó. Dades i xifres.
- 31 Estalvia aigua, una opció segura**
Consum: dades i xifres.
Desequilibris entre el Nord i el Sud: un assumpte molt greu.
- 34 Compra responsable**
Treball infantil. El dret a l'educació. Condicions laborals, desigualtats de gènere, drets humans.
- 39 Viu i deixa viure**
Crueltat i experimentació en animals. Biodiversitat. Espècies en perill d'extinció.
- 43 Actua**
Globalització, tries informades, augment de la vigilància dels consumidors. Inversions compromeses.
- 47 Descobreix l'aldea global**
Coneixements dels mitjans de comunicació. Impacte de la publicitat. Els teus drets i obligacions. Ídols i audiències.
- 50 Treballa en xarxa: instruccions d'ús**
Per què Internet? El treball en xarxa com a eina educativa.
www.youthxchange.net: el nostre lloc web.

Què és el consum sostenible?



Ens hi referirem com a CS

Sota el concepte "Consum Sostenible" s'entén la recerca de **solucions** viables als desequilibris –socials i ambientals– a través d'un comportament més responsable per part de tots. En concret, el Consum Sostenible està vinculat a la **producció**, la **distribució**, l'**ús** i la **despesa** de productes i serveis, i proporciona els mitjans per repensar el seu cicle de vida. L'objectiu és assegurar que es satisfan les necessitats bàsiques de tota la comunitat global, es redueixen els excedents de producció i s'eviten els danys ambientals.

El Consum Sostenible és un element essencial del desenvolupament sostenible i un dels eixos de màxima importància per a les Nacions Unides:

Aquesta definició, que encara avui és molt acceptada, prové de l'Informe Brundtland (Gro Harlem Brundtland et al., *Our Common Future*, WCED, Nova York - Oxford, Oxford University Press, 1987, p.43).

"un desenvolupament que satisfà les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures de satisfer les seves."

Facilitar eines **pel canvi** és responsabilitat dels governs, organismes reguladors, **ONGs** i empreses. De tota manera, el paper del consumidor/ciudadà global és essencial per pressionar aquests grups perquè emprenguin accions positives més de pressa.

Es per això que dues agències de les Nacions Unides, la **UNESCO** i l'**UNEP**, s'han compromès a unir esforços per conscienciar **els joves** de les oportunitats que els ofereixen uns estils de vida més sostenibles i a donar-los eines per contribuir a aquest objectiu en la seva vida quotidiana.

Totes les definicions de **CONSUM SOSTENIBLE** recalquen que consumir menys és sovint una prioritat, tot i que en tots els casos no sempre és així. El repte clau és consumir d'una manera **diferent** i **més eficient**. En molts casos, el que cal és una redistribució de l'oportunitat de consumir.

UNEP-DTIE està discutint amb experts de totes les regions del món el significat i les implicacions del Consum Sostenible. La xarxa Consum Sostenible, un fòrum de debat i d'intercanvi d'informació, està oberta a les contribucions de tothom i s'hi pot participar a través de la pàgina: www.uneptie.org/sustain

A Barcelona comptem amb el **Centre de Recursos Barcelona Sostenible (CRBS)**, un equipament municipal obert a tothom on podeu obtenir informació i recursos sobre el medi ambient urbà, la sostenibilitat i les energies renovables.

CRBS
Carrer Nil Fabra, 20 baixos
08012 Barcelona
Tel. 93 237 47 43
Fax 93 237 08 94
recursos@mail.bcn.es
www.bcn.es/agenda21/crbs/





Més de **2 mil milions d'habitants** del món necessiten més del que tenen només per poder sobreviure:

"Al món, hi ha molta gent que necessita consumir més per sobreviure. Molts altres potser hauran de prendre decisions més responsables. En conjunt, això farà que es necessitin menys recursos i es generin menys emissions, sense deixar d'atendre les necessitats i desigs de la població mundial."

UNEP, Youth and Sustainable Consumption, Nairobi/París, octubre 1999.

Una manera d'aproximar-se al tema és el plantejament del **Factor 4** i el **Factor 10**, que sostén que durant les properes dècades hauríem de ser capaços de viure el doble de bé utilitzant la meitat dels nostres valuosos recursos. També hem de fer un esforç per multiplicar per deu la productivitat dels recursos als països industrialitzats d'aquí a l'any 2050. Els models de producció i de consum han d'arribar a ser entre quatre i deu vegades més eficients si volem un accés als recursos durador i més igualitari per a tots.

Ernst von Weisäcker, Amory B. Lovins and L. Hunter Lovins. Factor Four: Doubling Wealth, Halving resource use, Earthscan publications, Gran Bretanya 1998; www.factor10-institute.org

El concepte de CONSUM SOSTENIBLE

és complex i la seva definició és a vegades difícil de fixar.

Per a més informació:

www.uneptie.org/sustain
www.unesco.org/education

La major part de les definicions tenen els següents punts en comú:

- *satisfer les necessitats humanes;*
- *afavorir una bona qualitat de vida mitjançant nivells de vida decents;*
- *compartir els recursos entre rics i pobres;*
- *actuar tenint en compte les generacions futures;*
- *pensar en l'impacte "del naixement a la tomba" quan consumim;*
- *minimitzar l'ús de recursos, els residus i la contaminació.*

Font: Teaching and Learning for a sustainable future – a multimedia professional development programme (Ensenyar i aprendre per un futur sostenible– un programa multimèdia de desenvolupament professional), UNESCO, 2001.

Això vol dir pensar en l'impacte ambiental que generen els productes des de que es recullen les matèries primeres per a la seva fabricació, passant per totes les fases de producció, distribució, consum o ús i finalment també quan les llencem a les escombraries reben l'últim tractament (reciclatge, incineració, abocador...)

*La revista **OPCION**s dona informació pràctica sobre el consum responsable. L'anàlisi de la sostenibilitat econòmica, ambiental i social de productes d'alimentació quotidiana com la pasta o la llet o béns de consum corrents com les neveres, els detergents o les vambes, són alguns dels temes habituals de la revista. <http://cric.pangea.org/opcions>*

*A Barcelona pel districte de Gràcia i el barri de Sagrada Família també disposem d'un altre recurs, **els Mapes Ecològics**. Aquests contenen informació sobre botigues que venen productes més sostenibles, mercats de segona mà i altres recursos per a la sostenibilitat. Per més informació: Centre de Recursos Barcelona Sostenible*



El projecte “youthxchange”



EL FUTUR ES VOSTRE? L'any 2000, l'UNEP i la UNESCO van entrevistar 10.000 joves (d'edats entre 18-25). L'objectiu era obrir un diàleg amb ells sobre:

- el nivell de **conscienciació** i interès pel Consum Sostenible;
- el grau de **compromís** amb la sostenibilitat;
- la visió del futur i el seu **paper potencial** com a promotors del desenvolupament de pautes de consum més responsables.

L'enquesta va revelar que els joves eren ambivalents en les seves pautes de consum. En particular, els enquestats:

- consideren com a principals preocupacions pel futur: el medi ambient, els drets humans i la salut;
- entenen l'impacte del l'ús dels productes i els residus sobre el medi ambient però no l'impacte dels seus propis hàbits de compres.
- generalment s'estimen més l'acció individual que la col·lectiva per millorar el món.

Tenint en compte els resultats, UNEP i UNESCO consideren evident la necessitat de donar als joves una informació fiable, clara i accessible sobre el significat i els reptes del Consum Sostenible.

Enquesta on line a:
www.uneptie.org/youth_survey;

Es calcula que la població mundial s'haurà incrementat un **50%** l'any 2050 i que el nombre total d'habitants d'aquest planeta serà d'uns **9 mil milions**. Previsiblement la major part del creixement es produirà als països en vies de desenvolupament.

L'augment de la població provocarà una **immensa pressió** sobre els recursos naturals, la biodiversitat i l'equilibri ecològic del planeta on vivim. Hem de canviar la visió que tenim dels nostres recursos i, el que és més important, de l'ús que en fem. Promoure un consum sostenible és més **urgent** ara que mai.

La meitat de la població mundial té menys de **20 anys** i un **90%** dels joves viu en països en vies de desenvolupament. La joventut té un protagonisme decisiu en l'economia global i serà el **principal actor i motor del canvi** en un futur pròxim. Així doncs, l'energia, la motivació i la creativitat de la joventut són valors essencials perquè es produeixi un canvi.

Aquesta guia i el seu lloc web corresponent estan concebuts com un **conjunt d'eines** que té la finalitat d'ajudar els educadors a implicar els joves en aquest projecte. S'ha dissenyat per ajudar grups de joves, ONGs i professors a fer créixer la consciència sobre la importància del Consum Sostenible i per donar als joves les eines per passar **de la teoria a la pràctica**.

Ens hauríem de fixar en què i com **produïm i consumim**. Però per fer-ho sense un cost massa elevat, nosaltres –com a consumidors– necessitem:

- **informació** clara;
- **productes i serveis sostenibles** a l'abast;
- **infraestructures** adequades.

Per això, i per apropar el Consum Sostenible als joves, aquesta iniciativa adopta una visió àmplia i completa de la qüestió. Per exemple, tot i que el menjar saludable, el comerç sexual o el domini dels mitjans de comunicació no sempre es relacionen amb el Consum Sostenible, en aquesta guia els considerem **factors significatius** a l'hora de fomentar la conscienciació del consumidor. Utilitzant una **informació** accessible, **exemples** concrets i un llenguatge planer, la guia proporciona moltes **dades i conceptes** relacionats amb el Consum Sostenible.

La guia subratlla els **vincles** entre els factors culturals, geogràfics i intergeneracionals. En particular, **YOUTHXCHANGE** recalca que el Consum Sostenible està directament relacionat amb la qualitat de vida, l'ús eficient dels recursos (tant humans com naturals), la reducció dels residus i qüestions ètiques com el treball infantil, el maltractament d'animals, el comerç just i la igualtat en general.



Els joves del món el 2000,
POPULATION REFERENCE BUREAU:
www.prb.org

Més d'una quarta part dels sis mil milions d'habitants –1.700 milions de persones– tenen entre 10 i 24 anys. Aquest grup serà el més gran que haurà entrat mai a l'edat adulta. El 86% viuen en països en vies de desenvolupament on, la proporció de joves és significativament més alta que als països desenvolupats.

Població de 10/24 anys
(milions - % sobre el total de població)

Món el 2000	1.663	27
Països més desenvolupats	241	20
Països menys desenvolupats	1,423	29
Àfrica	256	33
Àsia	1,031	28
Nord-Amèrica	64	21
Amèrica Llatina	155	30
Europa	149	21
Oceania	7	24

YOUTHXCHANGE està destinada a joves urbans amb pautes de consum similars i que tenen accés als mitjans d'informació. Però qualsevol persona que tingui **accés a Internet** pot participar en aquesta iniciativa.

www.youthxchange.net

Al llarg de tota la guia trobareu enllaços destacables de pàgines concretes de la web **YOUTHXCHANGE**, i en l'últim capítol es fa una descripció secció a secció, subratllant la naturalesa interactiva del lloc web i el seu potencial didàctic.

Com ja hem vist la proporció de joves (entre 10 i 24 anys) a Europa és, juntament amb la nord-americana, la més baixa del món. Però a Catalunya és encara més baixa: un 18% (1.115.367 persones) i a Barcelona és fins i tot inferior, amb només el 15% de joves respecte el total de la població (228.992 persones).

El baix percentatge de joves a Catalunya és conseqüència, entre d'altres, d'una baixa taxa de fecunditat (proporció de fills per dona en edat fèrtil). En la dècada dels 90's la taxa de

fecunditat espanyola i catalana va ser de les més baixes del món, molt per sota de la mitjana europea, al voltant de 1,4. Però sembla que aquesta tendència està començant a canviar gràcies a l'arribada de persones estrangeres (al 2002 la proporció ja era de 1,33 fills per dona), el que representa que 1 de cada 8 nadons té un o tots dos pares estrangers. Així, si la tendència continua podem esperar que la proporció de joves a Catalunya vagi augmentant en les pròximes dècades.



youthxchange.net/FAQs

Un estil de vida més sostenible

"Els consumidors cada vegada estan més interessats en el món que hi al darrera del producte que compren. A part del preu i la qualitat, volen saber com, on i per qui s'ha produït el producte"

(Klaus Töpfer,
director executiu de l'UNEP)

Què significa exactament sostenibilitat per **nosaltres** com a individus? Què podem fer per ser més **responsables**? Hem de fer tots el mateix? Què hauríem de fer primer, salvar el medi ambient o eradicar la pobresa? Què és prioritari, la nostra salut o la de la Terra? Ja ho deien els antics: les preguntes difícils mai tenen respostes fàcils.

El Consum Sostenible és un tema en estat permanent d'evolució i les respostes són rarament blanques o negres. Tanmateix, hi ha alguns elements bàsics que són molt representatius: seguidament donem una visió general dels **reptes i temes** que tenim per davant.

Si continuem amb els nostres models de consum vigents, el futur no serà gaire prometedor. Actualment, es calcula que el nostre planeta està perdent cada any una àrea de terra fèrtil que aproximadament té **la mida d'Irlanda**, com a resultat de l'excés de pasturatge i la desforestació. Quan de temps podem seguir així?

Processos que desposseeixen la terra dels nutrients vitals i la fan infèrtil.

Com més perjudiquem el medi ambient, més ens posem en perill nosaltres mateixos i a les generacions futures. La salut del planeta és la nostra salut. Cada dia s'extingeixen cinquanta espècies de plantes. Què suposa això a la setmana, al mes o a l'any? Els científics creuen que les plantes contenen la clau per trobar el remei de moltes malalties. Així doncs, la **desaparició de cada planta** suposa no només un dany irreparable a l'ecosistema, sinó també una **oportunitat perduda** pel nostre desenvolupament futur.

A més, cada any necessitem una hectàrea més que l'any anterior.

Els càlculs del World Wildlife Fund (WWF, Fons Mundial per a la Natura) demostren que el ciutadà mitjà necessita 2,3 hectàrees (una hectàrea correspon a la mida d'un camp de futbol) per produir el que consumeix cada any i per tractar-ne les deixalles. Això suposa un **40% més del què és sostenible**.

La petjada ecològica és un indicador que calcula l'àrea de sòl ecològicament productiu (cultius, boscos, pastures...) que cada persona, ciutat, regió o país necessita per obtenir tots els recursos que consumim (aigua, energia, materials, aliments..) i per assimilar els residus que generem (brossa, emissions de CO₂...).



Comparant prioritats...

- **Despesa en educació bàsica universal** 6 mil milions de dòlars enfront la despesa en cosmètics als EUA 8 mil milions de dòlars).
- **Despesa en subministrament d'aigua i clavegueram** 9 mil milions de dòlars enfront el consum de gelats a Europa 11 mil milions de dòlars
- **Despesa en salut bàsica i nutrició** 13 mil milions de dòlars enfront menjar per a mascotes a Europa i als EUA 17 mil milions de dòlars.
- **Despesa en salut de la dona** 12 mil milions de dòlars enfront la despesa en perfums a Europa i als EUA 12 mil milions de dòlars.

Font: Human Development Report 1998, "Consumption for human development" <http://hdr.undp.org/reports/global/1998/en/> (Informe sobre el Desenvolupament Humà 1998, Editat per Associació per a les Nacions Unides a Espanya. Catalunya, Càtedra Unesco i el Centre Unesco Catalunya, 1998)

Però en som tots **igual, de responsables?** No, de fet no. Si ets europeu necessites una àrea el doble de gran, i si ets estatunidenc, vint-i-cinc vegades més. En canvi, si ets de Bangladesh, només te'n cal una tercera part. Això també ens indica que la distribució del consum està greument **desequilibrada**.

WWF Publications: Living Planet Report 2002 www.panda.org/news_facts/publications/general/livingplanet/index.cfm www.benetton.com

El **20%** més ric de la població mundial consumeix prop del **75%** dels recursos naturals del planeta. Fixa-t'hi: la població dels Estats Units constitueix un 6% del total, però consumeix un esbalaïdor 30% dels recursos de tot el planeta.

Si vols saber més sobre el deute ecològic Nord-Sud visita: www.debtwatch.org/cat/observatoris/deco

La riquesa dels **225 individus més rics** del món és igual als ingressos anuals del 47% de la població més pobra del món, **2.500 milions de persones**.

Sense tenir en compte les causes d'aquest desequilibri.

Parlant de distribució, molta gent creu que el planeta no produeix prou menjar per tota la seva població. **Gran error**. La desigualtat en la distribució dels aliments és avui dia la principal causa de desnutrició de 800 milions de persones al món.

Un cruel contrast: un informe britànic publicat el 2000 va revelar que uns 400 milions de lliures esterlines (uns 598 milions d'euros) de menjar acaben cada any **-llençats!** en abocadors o plantes incineradores. Igualment, un estudi recent del govern dels Estats Units ha demostrat que més d'**una quarta part de tots els aliments** produïts al país no es consumeixen.

"Scandal of the food Britain throws away", de John Vidal, The Guardian, 4 d'abril de 2000. I hem de tenir en compte un cost addicional per la seva eliminació d'uns 50 milions de lliures esterlines (uns 75 milions d'euros) a l'any.

En resum, els fets posen de manifest que el **Consum Sostenible** no és només una qüestió ambiental sinó un concepte que **promou** un nivell de vida digne per tots els éssers humans.

Com hem vist, la petjada ecològica d'una persona és de 2,3 ha. A Catalunya, segons una estimació de 1998, cada habitant requereix una superfície de 3,26 hectàrees, que si ho calculem per a tota Catalunya dóna una àrea de 19.853.530 ha. És a dir, que necessitaríem 6,3 Catalunyaes per satisfer totes les nostres necessitats i absorbir els residus que generem.*

En el cas de Barcelona la petjada ecològica és de 3,32 ha/persona, 4.880.983 ha en total. És a dir, 500 vegades el seu territori.

* RELEA, Ferran & PRAT, Anna (1998): La petjada ecològica de Barcelona, Una aproximació: Ajuntament de Barcelona.

Petjada ecològica de Barcelona estimada a partir de la petjada catalana

	Hectàrees /càpita	Hectàrees totals
Cultius	0,49	739.314
Bosc	0,08	120.704
Àrea d'absorció de CO ₂	1,02	1.538.981
Pastures	0,99	1.493.717
Mar	0,65	980.723
Terreny construït	0,005	7.544
Total	3,23	4.880.983

Font: "Aproximació de la petjada ecològica de Barcelona. Resum dels càlculs i reflexions sobre els resultats", Relea i Ginés, F. i Prat i Noguera, A. Comissió de Medi Ambient i Serveis Urbans de l'Ajuntament de Barcelona

Cuida't

"No hi ha res més important que l'aire que respirem, sigui calent o fred, sigui un falcó o un ésser humà."

(Jack Nicholson, actor)

La salut és riquesa, segons una dita antiga. Cada vegada hi ha més gent que opta per un estil de vida més saludable. Preocupar-te per la teva salut també hauria d'implacar preocupar-se per la salut del planeta. Els canvis d'estil de vida haurien de ser beneficiosos tant per la Terra com per tu.

El menjar és un vincle bàsic entre nosaltres i el planeta. Molta gent tria aliments que són més sans i alhora produïts de tal manera que el perjudici pel medi ambient sigui mínim i el tracte envers els animals, humà. A més a més, la gent vol que el menjar que compra sigui **segur** i que no contingui cap sorpresa desagradable.

Encefalopatia Espongiforme Bovina

Una sèrie de crisis alimentàries recents –la malaltia de les vaques boges EEB, la febre aftosa, les dioxines o la "grip" dels pollastres– han fet que els consumidors mostrin un interès actiu per **opcions certificades** més sostenibles (aliments orgànics, lliures d'OMGs, animals de granja).

Organismes Modificats

Genèticament: hi ha un debat encès en curs sobre els OMGs.

Els consumidors inquietats haurien d'aplicar el principi de precaució.

Més informació a:

www.foodbiotech.org

www.greenpeace.org/espana_es/ca/mpaigns/intro?campaign_id=159562

Els consumidors comencen a apostar per les botigues que eviten el **malbaratament de menjar**. També demanen més informació sobre el que troben a la prestatgeria del supermercat: aquesta llauna de tomàquet conté OMGs? S'han injectat hormones a la carn que vull comprar? Es tracta de poder triar: potser a segons qui no li importa si el menjar té OMGs, però el que és important és que es doni prou informació com perquè cadascú pugui decidir lliurement.

Naturalment, els possibles efectes s'han d'investigar a fons abans de poder donar qualsevol informació fiable.

Menjar **aliments ecològics** o ser **vegetarià** són opcions que la gent tria en funció de com vol viure, sovint perquè vol tenir més salut. Però aquestes preferències també són bones per al medi ambient. Menjar pollastre en comptes de bou implica 15 vegades menys de danys ambientals per ració. Una persona que segueixi una dieta sense carn evita que es destrueixin més de 4000 m² d'arbres a l'any.



L'exemple de Co-op. La cadena de supermercats anglesa Co-Op prohibeix l'ús de més de 20 pesticides habituals que s'utilitzen en la producció d'aliments. L'empresa ha dit que ho ha fet pressionada pels consumidors basant-se en una enquesta que ha realitzat. El 70% de 1000 persones entrevistades ha dit que li preocupa l'ús de pesticides (especialment l'impacte dels residus químics sobre la salut i el medi ambient).

L'agricultura ecològica a Espanya és un sector que està en clar creixement, de les 4.235 hectàrees de conreus al 1991 s'ha passat a 665.000 hectàrees al 2002. El ranking de les comunitats autònomes amb més superfície de conreus ecològics són, per ordre d'importància: Andalusia, Extremadura, Aragó Catalunya i Castella la Manxa.

En aquest camp hi ha molta informació enganyosa, per tant per reconèixer els aliments ecològics el millor que podem fer és guiar-nos per les certificacions ecològiques. Aquestes certificacions garanteixen que en els vegetals hi ha un baix nivell de pesticides i en les carns que no s'han utilitzat pinsos d'origen animal ni tècniques d'engreix artificials.



Passos endavant

- Sempre que puguis, menja i beu coses saludables: més **aliments frescos** i menys additius i aliments elaborats.
- Evita els aliments **MG** (modificats genèticament) fins que es conegui el seu impacte real i la carn de cria intensiva.
- Evita els aliments que **no siguin de temporada**, importats de països llunyans.
- Fes saber al teu supermercat que vols **etiquetes** que t'informin sobre els aliments que consumeixes.
- Pren **suplements** dietètics només si creus que realment els necessites. Escull els que estiguin fabricats a partir d'**ingredients naturals** en comptes d'imitacions químiques.
- Informa't sobre els '**números E**' que acolorixen i donen gust als aliments.

SUSTAINABLE AGRICULTURE FOOD AND ENVIRONMENT ALLIANCE ha engegat una campanya per controlar els 'quilòmetres del menjar':
http://www.sustainweb.org/chain_fm_index.asp

En particular, es recomana evitar els colorants del E100 al 180, el diòxid de sofre E220, els antioxidants del E320 al 321 i el glutamat monosòdic E621. Per a més informació sobre els números E, feu una ullada a:
<http://www.sinfronteras.org/naturalmente/nutricion/conservantes.html>



youthxchange.net/respecting-our-bodies

Al mercat pots trobar nombroses certificacions ecològiques però la més estesa a Catalunya és el Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE).

Per més informació sobre el consum de productes ecològics i saber on es poden comprar aquests productes consulta la revista Opcions n.6 a la secció Eines i www.agrariamanresa.org/mercat/consum/





**Productes químics:
els dotze bruts
tenen els dies
comptats!**

Les negociacions per redactar un tractat internacional legalment vinculant per retirar progressivament els contaminants orgànics persistents (COPs) van donar fruit el maig de 2001. Els representants d'uns 120 governs van confirmar que les emissions dels primers 'dotze pitjors' productes químics tòxics incloent-hi el DDT, els PCBs i les dioxines s'haurien d'eliminar.

La convenció serà vigent quan l'hagin ratificat 50 països.

Pots ampliar la informació sobre els COPs i sobre el paper de l'UNEP en la campanya per a aquesta convenció a:
<http://www.chem.unep.ch/pops/>

No experimentat en animals

Els següents llocs web donen més informació:
<http://www.pmac.net/pestuse.htm>
<http://www.ianr.unl.edu>



Passos endavant

Podem fer petits passos per reduir la utilització de **productes químics**:

- Informa't sobre els **productes de neteja, perfumeria i cosmètics**, sobre què contenen, i què et fan a tu i al medi ambient.
- Si pots, utilitza **productes respectuosos amb el medi ambient**, lliures de crueltat, i fes-ne servir sempre la quantitat mínima (generalment una mica menys del que recomanen).
- Rumia bé amb quina freqüència t'has de rentar la roba. Evita rentar en sec la roba perquè, sovint, els líquids que s'utilitzen contenen productes químics molt contaminants.
- Si has d'utilitzar pesticides, utilitza els menys nocius.
- Quan vagis a cal metge, pregunta sempre si el **remei** que et recepta és el més suau entre els que poden ser efectius.
- Revisa l'armari de les medicines i porta totes les **medicines** que estiguin caducades a la farmàcia. Porta les bones que ja no necessitis a les farmàcies que les recullen per a gent que les necessita.

Tenir cura d'un mateix també està molt relacionat amb els productes que fem servir normalment per netejar i mantenir les cases i a nosaltres mateixos. Molts contenen **substàncies químiques** que incrementen uns nivells de contaminació ja molt alts i que no són biodegradables.

Les substàncies químiques perilloses també són presents a l'aire que respirem. L'any 2005, per primer cop a la història, viurà més gent a les **ciutats** que a les zones rurals. Malauradament, la **contaminació de l'aire** s'ha convertit en un element inherent a la vida urbana. La mala qualitat de l'aire afecta la salut de la població mundial fins a nivells alarmants, tant als països desenvolupats com en vies de desenvolupament.

La contaminació de l'aire ha comportat un augment brusc del nombre de persones que tenen **asma** i **al·lèrgies** a les ciutats. Sovint, en casos extrems, els malalts d'asma no tenen cap més remei que quedar-se en llocs tancats quan els nivells de contaminació són alts.



Passos endavant

Tots podem fer un esforç per netejar l'**aire**:

- Si pots triar, **camina** per un parc en comptes de per un carrer principal.
- Deixa de fumar o fuma menys.
- Recorda fer exercici regularment; no pots esperar a ser gran per estar en forma.



"Casa verde casa" –com evitar tenir productes químics a casa– article de portada de la revista italiana LA NUOVA ECOLOGIA (abril 1992, p. 18-31)

Per saber més sobre els productes de neteja a la llar revista OPCIONS n°2 "Els detergents"
<http://cric.pangea.org/opcions>



L'impacte de la contaminació de l'aire sobre la salut dels habitants de les ciutats és esfereïdor: provoca 1 de cada 50 atacs de cor a Londres...

A les principals ciutats índies, Delhi i Mumbai (abans Bombai) respirar l'aire és equivalent a fumar 10-20 cigarrets diaris i només a Delhi moren cada any 7500 persones de malalties respiratòries.



Distàncies curtes

"El transport és el que fa que una ciutat sigui o no sigui sostenible."

(Richard Rogers, arquitecte)

La circulació a Taipei, revista TOMORROW, n.2-1991.



La distància mitjana dels trajectes també ha augmentat (quatre vegades més per càpita!): www.wbcsdmobility.org

La mobilitat sempre ha estat una característica clau de l'activitat humana i un aspecte en transformació i millora constants. Al llarg dels segles hem vist multiplicar-se els mitjans de transport que, a més, s'han fet més grans, més potents, i evidentment, més ràpids. Però el progrés ha tingut un preu.

Segons càlculs del Banc Mundial, al **2010** existiran **816** milions de vehicles de motor al món (en comparació dels **580** el **1990**). Si passem de les previsions a les xifres reals, la producció global de vehicles va assolir el 2000 un nou rècord de **40.9** milions, que suposa un augment del **4%** respecte a l'any anterior. Si continuem produint al mateix ritme, probablement arribarem a les previsions del 2010 una mica abans del que ens esperàvem!

Un **80%** dels cotxes del planeta estan en mans del **20%** de la població mundial, principalment als països rics. Hi ha més cotxes en només una àrea urbana dels EUA

Segons l'Informe de Previsions de la Indústria Mundial de l'Automòbil (Londres 2000) de "Standard's and Poor's DRI", Brasil, la Xina i l'Índia incrementaran les seves produccions de cotxes de passatgers en un 78%, dels 2,6 milions del 2000 a 4,6 milions el 2005.

Balkan Unity Ride (BUR) és un projecte de cinc setmanes per a tots aquells interessats en: medi ambient, sostenibilitat, cultura, natura, vida comunitària, o anar amb bicicleta. Va començar a finals de juliol de 2001 a Stanciova, un poble de minoria sèrbia a Romania, i es va estendre a Sèrbia i a Bulgària. BUR es va centrar en tres accions: fer campanya a favor del transport sostenible i les ciutats sense cotxes; fer de grup de suport per a organitzacions locals i persones individuals; formar una xarxa balcànica de grups de base i individus que volguessin treballar junts en aquest tipus de temes. Els participants promouen el transport sostenible entre la major quantitat de gent possible, amb accions de carrer, exposicions públiques, manifestacions i debats, actes que realitzaven conjuntament amb ONGs locals implicades en aquesta problemàtica.

BUR és un projecte organitzat per Carbusters, una ONG de la joventut txeca que té la seu a Praga. (www.carbusters.ecn.cz)

A Barcelona hi ha més d'un milió i mig de cotxes, és a dir, hi ha més cotxes que persones i amb més de 200.000 motos és la ciutat europea amb més motos per habitant. Els cotxes i les motos formen part del paisatge urbà de Barcelona, però tot i això, són moltes les entitats ciutadanes i de joves que promouen una mobilitat més sostenible en l'ús racional de diferents mitjans de transport.

Cotxe: l'Associació Per a la Promoció del Transport Públic, ha posat en marxa recentment la iniciativa del CarSharing a Catalunya, projecte que redueix la presència de cotxes.

Per més informació: www.lapt.org/carsharing
Bicicletes: Un bon nombre d'iniciatives per fomentar una mobilitat més sostenible les trobem en la promoció de l'ús de la bicicleta. Nombroses entitats i associacions de Barcelona promouen l'ús de la bicicleta a través de cursos, sortides, o l'elaboració d'itineraris i guies per moure's amb bici. Algunes d'aquestes entitats són: Amics de la Bici www.amicsdelabici.org BACC, Bicicleta Club de Catalunya: www.bacc.info
 CJB Consell de la Joventut de Barcelona: que fa campanyes de promoció de l'ús de les

–equivalent a l'àrea metropolitana de Los Angeles– que en tota l'Índia, la Xina, Indonèsia, Pakistan i Bangladesh junts.

Problemes addicionals: Les emissions de monòxid de carboni estan contaminant les ciutats fins a nivells crítics i el volum de circulació congestiona greument carrers i carreteres. S'estima que els conductors de Bangkok es passen una mitjana de **44 dies** a l'any en **embussos de trànsit**. Les emissions de carboni dels cotxes i camionetes d'EUA van sumar **291 milions de tones de CO₂** el 1997 i van excedir el total d'emissions del conjunt de quasi tots els països del món. A més a més, el subministrament dels combustibles usats tradicionalment –com la gasolina– no és inesgotable.

La dependència del cotxe ens ha fet a tots **mandrosos**. Gairebé **1 de cada 3** viatges de menys de **8 quilòmetres** a les grans ciutats el fem amb cotxe. És clar que els vehicles de motor són essencials a la vida moderna, però fer-ne **un ús més responsable** pot portar-nos millores addicionals, com viure en ciutats més netes, sanes i segures. La contaminació en distàncies curtes: un recorregut de **5 quilòmetres** fet amb cotxe produeix **10** vegades més de diòxid de carboni per passatger que si es fa amb autobús i **25** vegades més que si es fa amb tren.

Caroline Clayton, Dirty Planet: the Friends of the Earth Guide to pollution and what you can do about it, Livewire Books, London 2000, p.17

Vegeu també el Servei Europeu d'Informació sobre Transport Local – una guia interactiva sobre les polítiques actuals de transport a la UE: www.eltis.org

U.S General Accounting Office, Washington 2000.

http://www.wri.org/wri/climate/jm_oil_003.html

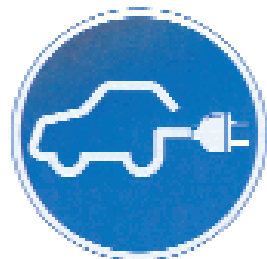
Ibid Clayton, op. Cit. P.16. Aquests són precisament el tipus de trajectes en què l'ús dels cotxes és menys eficient.



Passos endavant

Embussos, contaminació, soroll... les nostres ciutats s'estan fent més i més inhabitables. Què podem fer?

- **Camina, pedaleja o patina.** La bicicleta és el mitjà de transport energèticament més eficient: un 80% de l'energia del ciclista es transforma en moviment. És ràpida i et mantindrà en forma!
- **Comparteix el cotxe sempre que puguis.** El Car-Sharing o cotxe compartit, permet que varies persones utilitzin un mateix cotxe, en el Car-Pooling un grup de persones s'autoorganitza per compartir un o varis cotxes entre tots. Ambdues alternatives redueixen el tràfic rodat, estalvien combustible i redueixen els nivells de contaminació, l'ús d'energia per passatger i els costos per disponibilitat de cotxe.
- **Lloga** el cotxe si només el necessites esporàdicament.
- **Transport Públic.** Trens i autobusos constitueixen generalment les opcions més verdes perquè transporten més gent i contaminen menys amb menor despesa d'energia per passatger.
- **Compra vehicles a motor 'verd' i mantén-los bé.** Abans de comprar un cotxe, una "escuter" o una moto controla l'eficiència energètica, la generació de gasos contaminants, la capacitat d'usar gasolina sense plom i l'esperança de vida del vehicle que vols.
- **Condueix amb precaució.** Evita acceleracions i frenades brusques,. la conducció agressiva provoca un consum de carburant considerablement més alt i més contaminació. Apaga el motor si t'atures més de 30 segons



bicicletes entre les associacions de joves de Barcelona. www.cjb.org

Transport Públic: El sistema tarifari integrat et permet amb el mateix bitllet de transport utilitzar metro, autobús, FCG i Renfe. Si vols més informació sobre el transport públic a la Regió Metropolitana i el sistema tarifari integrat consulta la pàgina web de l'Autoritat del Transport Metropolità: www.atm-transmet.es

A peu: Anar a peu és l'opció més pràctica i ràpida per recórrer distàncies de menys d'un quilòmetre. A la web <http://www.bcn.es/apeu/>

podràs consultar tota la informació referent a caminar per la ciutat i amb un simulador, calcular distàncies i temps de recorreguts.

Si vols saber més sobre la mobilitat no dubtis en consultar :

"La mobilitat sostenible" Guies d'Educació Ambiental 3. Direcció d'Educació Ambiental i Participació, Ajuntament de Barcelona.
"En moto mou-te B" Guies d'Educació Ambiental 12 Direcció d'Educació Ambiental i Participació, Ajuntament de Barcelona.



Distàncies llargues

"No hi ha passatgers a la nau espacial terra. Tots som tripulants."

(Marshall McLuhan, sociòleg)

Més informació sobre el tema:
www.ecotourism.org
www.greenlobe21.com
www.responsibletravel.com

Suposen més del 10% de l'activitat econòmica mundial i proporcionen treball directe o indirecte a més de 200 milions de persones. Per a més detalls consulta:
<http://www.unepie.org/pc/tourism/sust-tourism>
<http://www.world-tourism.org>
<http://www.wttc.org>

La tragèdia de l'onze de setembre als Estats Units va comportar una reducció sobtada del nombre de passatgers aeris. Però la posterior aprovació del pla per ampliar l'aeroport londinenc de Heathrow fa pensar que només serà un parèntesi en la tendència a l'alça.

Projecte ULIXES 21.

El Forum Mediterrani pel medi ambient i el desenvolupament sostenible (Med Forum), una xarxa d'entitats ecologistes dedicades a la defensa i protecció del medi ambient al Mediterrani, ha impulsat el projecte ULIXES 21 per informar, sensibilitzar i educar als agents que intervenen en l'activitat turística.

Es distribueix material de difusió als turistes, tour operadors i a les poblacions receptores de turistes. A més, s'ha editat un test que fomenta la reflexió sobre les accions turístiques que causen impacte ambiental. Més informació:
www.medforum.org/ulixes21



La mobilitat no es limita als desplaçaments curts. També inclou els desplaçaments llargs, els viatges, siguin **d'estudis**, de **feina** o de **lleure**. Però hi ha opcions més sostenibles que altres? Aquí tens unes quantes idees...

El **turisme** té un impacte immens sobre el nostre planeta i és la indústria més gran del món. Segons l'Organització Mundial del Turisme, els viatges internacionals globals assoliran gairebé els mil milions l'any 2010 (500 milions el 1993).

El turisme de masses provoca greus danys ambientals. Els científics prediuen que l'any **2015**, la meitat de la destrucció anual de la capa d'ozó la provocaran el **transport aeri**. No tots els viatges en avió es poden atribuir als turistes, evidentment, però contribueixen substancialment al problema.

La contaminació de l'aire, la degradació del sòl i de l'aigua són especialment problemàtiques a les zones costaneres, sovint sobreexplotades. I de manera més visible: què me'n dius, dels **turistes irresponsables** que transformen indrets paradisiacs en abocadors d'escombraries?!

El turisme a Catalunya és un dels sectors econòmics més importants, generant aproximadament el 10% del PIB (Producte Interior Brut) català, el que representa en xifres absolutes uns 12.000 milions d'euros.

Tot i que la majoria de turistes que arriben a Catalunya són estrangers o de la resta de l'Estat, el 45% dels viatges els fem els catalans.

Turisme local: A Catalunya, una de les principals alternatives per fer turisme sostenible és el turisme rural, turisme que contribueix a la sostenibilitat ambiental, econòmica i social del medi rural. A les pàgines web: www.turismerural.com, www.ecoagroturismo.com www.ecoturismecatalunya.com trobaràs l'oferta de turisme rural i sostenible de Catalunya i Espanya.

Hi ha alternatives? Sí. Avui dia, cada cop és més fàcil trobar opcions de **vacances** i viatges **sostenibles** (projectes de conservació i restauració, projectes de cooperació voluntària, fer de mestre a l'estranger, etc.). Mira-ho a Internet: trobaràs centenars d'idees i opcions, però vés amb compte, perquè hi ha llocs que promouen paquets que no són tan sostenibles com diuen!

Busques una cosa més relaxant? Cap problema. La sostenibilitat també es pot trobar en opcions de vacances convencionals. Si els hotels locals, els bed&breakfasts i els càmpings estan ben gestionats, és més probable que incentivin i respectin més l'economia, el medi ambient i la cultura **locals** que no pas algunes cadenes hoteleres **internacionals**.

Un signe positiu és que el turisme sostenible o ètic està guanyant popularitat. Seguidament donem **alguns consells** per les vacances. La llista pot semblar llarga, però quan viatgem hem de doblar els esforços i l'atenció. No només vas a un lloc on la cultura t'és sovint desconeguda: vas a casa d'un altre i a tothom li agrada que el **convidat** sigui ben educat i respectuós.



Passos endavant

Podem fer varies coses per reduir el nostre impacte com a turistes, per exemple...

- Escull les alternatives de viatges que aportin més benefici a la població local. Regatejar quan es compren bitllets i souvenirs pot fomentar l'exploació.
- Estalvia recursos naturals valuosos. No malgastis aigua i energia. Evita utilitzar contaminants com ara detergents en rius o fonts.
- Emporta't les deixalles i separa totes les deixalles no degradables.
- Les plantes s'han de deixar florir en el seu entorn natural. Emportar-se esqueixos, llavors i arrels és il·legal a molts llocs del món.
- Recolza el comerç local i els artesans. Compra souvenirs fets allà mateix sempre que puguis.
- Respecta els drets territorials. En terres tribals, els turistes s'haurien de comportar com si fossin en una propietat privada.
- Procura llegir coses sobre el país que visites –t'ajudarà a respectar la cultura local i t'obrirà portes. A molts països, val més anar amb roba baldera i lleugera que amb roba ajustada. D'una manera similar, besar-se en públic és sovint culturalment incorrecte.

O sigui que...tal com recomana l'AMERICAN SIERRA CLUB: Allà on vagis, endú-te només imatges, deixa només petjades!

Iniciativa dels Tour Operadors de l'UNEP (TOI)
Aplicar una política de transport més sostenible és un dels elements centrals dels projectes de 'STUDIOSUS' per a un desenvolupament sostenible (Alemanya). Les mesures adoptades inclouen incentius per oferir transport amb tren o amb autobús en comptes de viatges amb avió i cotxe.

És possible combinar el plaer de viatjar amb la sostenibilitat? A PREMIER TOURS (Àfrica del Sud) diuen que sí: l'agència dissenya els viatges incloent-hi llocs d'interès i allotjaments que contribueixin activament a la preservació dels destins oferts. respiratòries.

www.toinitiative.org/good_practices

"Coral o no coral? Depèn de mi": els esculls de coral són la principal atracció de moltes zones costaneres. L'UNEP proporciona informació sobre com visitar aquestes meravelles respectant-ne l'entorn:
www.unep.org/tourism

Fonts: TOURISM CONCERN'S (Gran Bretanya); SURVIVAL INTERNATIONAL'S CODE; THE HIMALAYAN TOURIST CODE (Nepal); ECUMENICAL COALITION OF THE THIRD WORLD TOURISM (Bangkok); TOURISM WITH INSIGHT (Alemanya); www.sierraclub.org



youthxchange.net
[/looking-for-a-place](http://youthxchange.net/looking-for-a-place)

Altres webs amb informació turística:
www.turismetotal.org
www.tujuja.com

Moltes de les entitats que promouen l'ús de la bicicleta també organitzen sortides i escapades de cap de setmana en bici (veure pàg. 16)

I a l'estranger...: Si vols viatjar a l'estranger de manera sostenible una alternativa són els viatges organitzats per ong's de cooperació per col·laborar "in situ" amb entitats de països en vies de desenvolupament.
Per més informació:
ACASC: acasc@infonegocio.com
Xarxa de Consum Solidari:
www.xarxaconsum.org ;
projectes2@xarxaconsum.org
Sodepau: www.sodepau.org

Alguns consells per reduir el nostre impacte "turístic" a la natura els pots consultar a "De la ciutat a la natura". Guies d'educació ambiental, 9. 2002. Barcelona. Ajuntament de Barcelona.

Redueix els residus



"Cada producte que consumim té una història oculta similar, un inventari no escrit de materials, recursos i impactes que també inclou els residus generats pel seu ús i el seu tractament.

(Paul Hawken, expert ambiental)

<http://europa.eu.int/comm/environment/waste/index.htm>

Als darrers anys la **producció de residus** s'ha incrementat de manera espectacular. Cada habitant dels països desenvolupats llença una mitjana d'1 kg d'**escombraries** al dia.

Però aquesta mitjana no implica una distribució igual de la producció i tractament dels residus. Els europeus, per exemple, generen cada any uns **2 mil milions** de tones de residus. D'aquest total, més de **40** milions de tones són classificades com a residus **perillosos**, i en els darrers sis anys, la quantitat de residus ha augmentat en un **10%** anual.

És evident que hem d'**aturar** i invertir aquesta tendència si volem evitar que les **escombraries** ens ofeguin. Hem de trobar fórmules a llarg termini per prevenir la producció de residus, bàsicament per dues raons decisives:

- a **més** residus, **més** contaminació potencial.
- les escombraries són **plenes** de materials que poden ser reutilitzats i reciclats i, a menys deixalles, més diners!

Als EUA s'usen i es llencen cada any prop de 113 mil milions de tasses, 39 mil milions de coberts i 29 mil milions de plats, la meitat dels quals són de **plàstic**.

Fem fora els plàstics Els ciutadans de Nova Delhi tenen un dels consums més alts de bosses de plàstic del món. Conjuntament amb l'exèrcit indi, el **PANCHAVATI GREEN MOVEMENT** (Moviment Verd Panchavati) ha iniciat la campanya "The Quit India Polybag" per reduir l'ús de bosses de plàstic. Els estudiants es dirigeixen a venedors i comerciants locals i els informen de l'impacte que tenen en el medi ambient. També animen les famílies a rebutjar-les o, millor encara, a passar-se a les bosses de roba.

Gràcies als esforços del Moviment Verd Panchavati, totes les cantines de l'exèrcit a Nova Delhi han deixat d'usar bosses de plàstic. A més, la indústria hotelera de Nova Delhi n'ha prohibit la utilització als establiments del ram. La Corporació Municipal de Nova Delhi també s'ha unit a Panchavati amb el compromís de fer de Nova Delhi una zona lliure de bosses de plàstic.

Font:
http://www.unep.org/children_youth/homepage_files/youth/ind.htm

A Bangladesh s'han prohibit les bosses de plàstic. Opcions nº3
www.cric.pangea.org

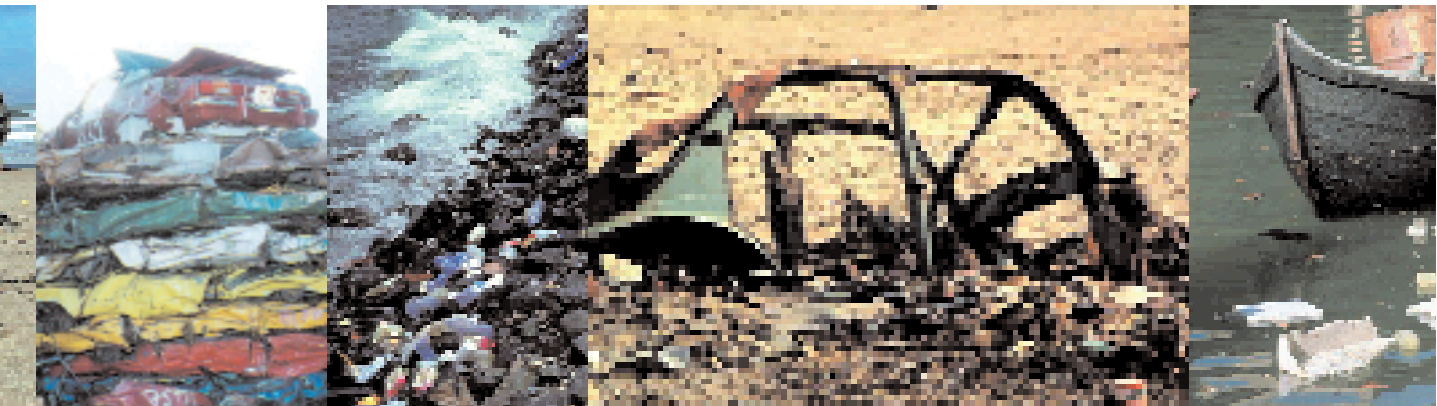
Del 1999 al 2002 la generació de residus ha augmentat gairebé un 1% a l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Per això és especialment important contribuir en la reducció i el reaprofitament dels residus: Aquí us proposem algunes de les experiències que van en aquesta línia:

Font: EMMA Entitat del Medi Ambient de l'Àrea Metropolitana de Barcelona

Campanya Roba Amiga: Roba Amiga és una campanya en la qual a través de la recuperació de roba usada es generen llocs de treball per persones que tenen dificultats especials. Per tant, obtenim beneficis socials i també ambientals per la creació de mercats de segona mà. La Fundació Un Sol Món, Càritas Catalunya i l'Associació Intersectorial de Recuperadors i Empreses Socials de Catalunya

(AIRES), entitat que aplega 32 empreses d'inserció de tota Catalunya, són les entitats que lideren la campanya. Fins el moment ja hi ha 320 contenidors per a la recollida de roba instal·lats en mercats, centres cívics, benzineres, escoles... de tota Catalunya. Per més informació i localització dels contenidors:
<http://obrasocial.caixacatalunya.es>





L'Índia genera un total de 4,5 milions de tones de residus plàstics. Normalment, la substància problemàtica és el polietilè –el material de les bosses de plàstic– que tarda fins a **100 anys a descompondre's**.

Fins i tots **els ordinadors**, generalment considerats com a eines que poden contribuir al consum sostenible, generen residus nocius. Com que es duplica la potència dels ordinadors cada 18 mesos, al **2005 hi haurà 315 milions** d'ordinadors obsolets al món. Segons l'estatunidenca [SILICON VALLEY TOXIC COALITION](#), equivalen a 600 milions de kg de plom, 1 milió de kg de cadmi i 200.000 kg de mercuri (tots metalls tòxics).

Com podem repensar el residu? Primerament, **fes servir menys coses!** Segon, pensa en el disseny del producte. Redissenyar els productes per minimitzar els residus o fins i tot evitar-ne la creació també ha de formar part de la solució. Per analitzar el complex assumpte de l'**ecodisseny** més a fons, visita aquests i d'altres llocs web.

Un dels reptes més importants que afronta el món és la reducció del **consum de recursos**. En altres paraules: hem de deixar de pensar en els recursos naturals de la terra –siguin combustibles fòssils, aigua, gasos naturals o arbres– com un subministrament inesgotable. Aquí és on el reciclatge juga un paper fonamental.

Si no volem esgotar el nostre subministrament de recursos naturals, hem d'acostumar-nos a **reparar, reutilitzar i reciclar** tant a la vida diària com al món comercial. Això ajudarà a:

- **minimitzar i prevenir** més danys ambientals
- **evitar** un ús innecessari dels nostres recursos naturals
- **conservar** l'energia i **reduir** els nivells de contaminació



youthxchange.net
/social-belonging

www.svtc.org

www.o2.org; www.smartarch.nl/;
www.cfd.rmit.edu.au/dfe/cfd_2_5;
www.junres.es/ccr/reciclatge/disseny

Ampolles de Cava: Les ampolles de cava, com totes les ampolles de vidre, es poden reciclar. No obstant, gràcies a les seves característiques estandaritzades (igual mida, pes, etc.) és molt més fàcil i sostenible rentar-les i reutilitzar-les.

Per poder-ho fer, les ampolles no s'han d'abocar als contenidors per al vidre, ja que es podrien trencar sinó que s'han de recollir en punts específics com les deixalleries. No obstant, al Nadal, nombroses entitats de la ciutat fan campanyes especials de recollida d'ampolles de cava per tal d'obtenir recursos per finançar les seves activitats i projectes.

Aquesta és una pràctica habitual de l'Associació de Veïns de Sagrada Família, el Grup Ecologista del Nucli Antic de Barcelona (GENAB) www.genab.org o l'Associació Mediambiental Grodema.

Durant l'última campanya de Nadal, "Joves Cristians" en col·laboració amb les parròquies de l'Alt Penedès van recollir ampolles de cava per un valor de 7.500 euros que es destinaran a un projecte d'educació integral per a nens del carrer del Brasil

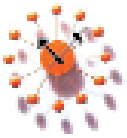
Festes més sostenibles: Fins i tot quan estem de festa podem passar-nos-ho molt bé respectant els altres i el medi ambient. Una iniciativa bastant estesa a Catalunya és la utilització de Gots Reutilitzables a les festes. En lloc d'utilitzar gots de plàstic d'un sol ús que acaben al terra embrutant-ho tot i consumint molts recursos, podem instaurar un sistema de lloguer-retorn de gots. El sistema consisteix en llogar un got per un import determinat (per exemple 1 €), consumir tants cops com vulguem amb el got i, al final de la festa, retornar-lo per rebre l'euro deixat en dipòsit a l'inici.

Per això no és l'únic que podem fer, a la festa Major de la UAB o a les festes de Gràcia es realitzen moltes accions per fer les festes + sostenibles.

Per més informació consulteu. "Festes més sostenibles" Guia D'Educació Ambiental 6. Ajuntament de Barcelona.

Com la desforestació i l'extracció de matèries primeres verges.

Per veure exemples de productes dissenyats segons criteris de sostenibilitat, fes una ullada a la pàgina web de l'UNEP sobre disseny sostenible:
www.uneptie.org/pc/sustain/design/design-subpage.htm o bé consulta "Ecoproductes a la llar" Guia d'educació ambiental nº 16 2003 Barcelona. Ajuntament de Barcelona.



Què és l'ecodisseny?

És el disseny que pensa el producte des d'un punt de vista circular que s'anomena del naixement a la tomba i té en compte la totalitat del seu cicle de vida: des de la creació, passant pel seu ús i fins que es rebutja definitivament. Amb això el que es pretén és:

- Utilitzar els materials, l'energia i qualsevol altre recurs de manera més eficient.
- Escollir materials que no provinquin d'ecosistemes en risc.
- Dissenyar per prevenir la contaminació i els residus.
- Seleccionar materials reciclats/reciclables i tecnologies que estalviïn energia.
- Optimitzar la vida del producte: fent-lo fàcil d'usar, de mantenir, d'actualitzar, de reutilitzar, de reciclar o de refabricar.
- Que sigui simple! – Usar menys materials/components i permetre un desmuntatge i reciclatge fàcils.
- Millorar la logística del transport.
- Evitar riscos potencials per a la salut: utilitzant materials segurs, no tòxics.
- Respectar els drets humans: evitant l'explotació laboral i el treball infantil.

Sovint, l'ecodisseny no pretén reinventar objectes. L'ecodisseny reconeix que la gent no sempre vol un producte, sinó que necessita solucions. Per exemple, si està ben dissenyada, una bugaderia automàtica podria substituir fàcilment les màquines de rentar individuals.

L'ecodisseny busca formes alternatives de fer la feina amb menor impacte ecològic i la mateixa (o major) eficiència.

Els ecodissenyadors consideren que ètica i estètica no són conceptes oposats sinó complementaris.

Tragamòvil: L'any 2000 es comptava que dels 41 milions de mòbils venuts fins aleshores a l'Estat, entre 12-15 milions ja no estaven en ús i se'n desconeixia el destí.

A rel de la directiva europea que obliga als fabricants de productes electrònics a fer-se càrrec del residu un cop hagi acabat la vida útil de l'aparell, a Espanya sorgeix la iniciativa "Tragamòvil" promoguda per ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones).

Aquest projecte consisteix en la recollida selectiva dels mòbils en els punts de venda habitual per reciclar-los posteriorment. En la campanya participen els principals fabricants i empreses operadores de telefonia mòbil. Si voleu tenir més informació sobre la iniciativa i localitzar els punts de recollida de mòbils vells a Barcelona consulteu la pàgina web: www.tragamovil.com

Font: Revista EIMA n3. Abril 2001

El reciclatge també pot jugar un paper important en la reducció dels residus sòlids quan s'usen en la fabricació de nous productes. Per cada **tona de paper** reciclat, estalviem **21.000 litres d'aigua** i salvem **17 arbres**. A més, la contaminació de l'aire es redueix en 30 kg i els residus abocats en 2,3 m³.

Reutilitzar i reduir els **embalatges** són eines claus per prevenir la creació de residus. Als EUA, per exemple, cada any es llencen 64 milions de tones d'embalatges. Però algunes empreses estan canviant la manera d'abordar el concepte de l'embalatge.



Passos endavant

Aquestes són maneres senzilles de reduir la quantitat de residus que produïm a la vida diària. Recorda les cinc erres (5Rs) del reciclatge:

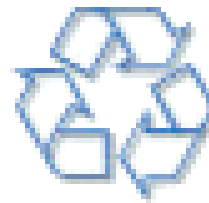
- Rebutja l'embalatge innecessari i encoratja els fabricants a deixar d'embalar excessivament els seus productes.
- Retorna les ampolles i els envasos reomplibles sempre que puguis; compra ampolles retornables quan sigui possible.
- Reutilitza i reomple tant com puguis. Articles com sobres, ampolles i bosses de plàstic poden reutilitzar-se. Porta la roba que ja no vulguis als centres de beneficència, ja que no només tu recicles, sinó que algú altre pot apreciar-la i beneficiar-se'n.
- Repara les coses en comptes de llençar-les.
- Recicla paper, llaunes i ampolles portant-les al teu punt de recollida selectiva i composta els residus orgànics domèstics.

Si vols tenir més informació dels avantatges ambientals del paper reciclat i de bones pràctiques en relació de l'ús del paper fes una ullada a:

www.reciclapapel.org/;
www.wastewatch.org.uk;
www.recycle.net.

I per consultar un glossari de materials reciclats i reciclables: <http://www.recycledproducts.org.uk/buy-recycled/glossary.htm>

PHILIPS DESIGN, per exemple, ha creat un programa global de disseny per més de 80.000 productes que componen la cartera d'ELECTRÒNICA DEL CONSUMIDOR PHILIPS. <http://www.press.ce.philips.com/press/ifa2003/documents535.html>



La **Reserva Marina de Kiunga**, al nord de Kènia, no està protegida per esculls. Les escombraries que el mar arrossega fins a la platja no només contaminen sinó que, a més, amenacen la nidificació de tortugues. La KIUNGA ECO-FRIENDLY HANDICRAFT recull aquestes deixalles i les converteix en joguines. Així, xanquetes velles es transformen en telèfons mòbils de joguina o en cotxes.

Bookcrossing: És una iniciativa consistent en "alliberar" llibres que ja has llegit en espais públics per a que una altra persona el pugui anar a buscar i llegir-los. Simplement el que has de fer és registrar-te en la pàgina web i dir on deixaràs el llibre. Aquesta és una manera fàcil i original de reaprofitar recursos i compartir els béns culturals. Actualment ja hi participen 228.717 persones a tot el món. www.bookcrossing-spain.com

Des de l'**Ateneu Rosa de Foc** s'organitza la Xarxa d'Intercanvi de Gràcia (Xiangra) que, cada tres mesos amb el canvi d'estació, organitza un mercat de l'intercanvi. El mercat d'intercanvi té l'objectiu de bescanviar coneixements, béns i serveis a la Vila de Gràcia. Tothom està convidat a portar els seus articles usats (llibres, música, electrodomèstics, roba...) per canviar amb els altres participants de la trobada. Per més informació Ateneu Rosa de Foc C/Verntallat, 26



Youthxchange.net
/carring-the-torch



youthxchange.net
/facts&figures

Etiquetes de reciclatge del plàstic.



Amb una mica d'esforç, la major part de plàstics poden reciclar-se i la recollida de plàstic per reciclar augmenta ràpidament. El reciclatge del plàstic té un gran problema: els diferents tipus de plàstic no es poden barrejar, però és impossible diferenciar-los a simple vista o pel tacte. Fins i tot una petita quantitat d'un tipus de plàstic erroni pot espatllar la fusió.

La indústria del plàstic ha respost a aquest problema amb el desenvolupament d'una sèrie de símbols de diferents colors, que en general son visibles a la part inferior de l'envàs.

Els tipus 1 i 2 es solen reciclar. El tipus 4 es recicla menys. Els altres tipus generalment no es reciclen, excepte potser en petits programes experimentals.

Busca el **logotip de reciclatge**. Com a comprador tens un poder decisiu a l'hora d'orientar la teva despesa. Però ves amb compte: les etiquetes d'alguns productes indiquen que només una part del seu contingut és **reciclat** (fixa't en el percentatge) i d'altres t'informen que els components d'un producte son fàcilment **reciclables**.

La legislació espanyola **no obliga** a posar el logotip del reciclatge als plàstics, amb la qual cosa molts fabricants no el posen i aquests plàstics no es reciclen.

Per al consumidor responsable, buscar articles fets amb materials reciclables forma part de l'hàbit d'anar de compres. Per exemple, pots trobar tota una gamma de productes fets amb paper reciclat, inclús roba, mobles i joguines.

Deixalles blanques. Deixalles blanques. Els habitants de les ciutats xineses difícilment passen un dia sense usar una gran varietat d'articles d'un sol ús: gots de plàstic, envasos, pintes, raspalls de dents, bolígrafs i palets de menjar. La Xina s'està convertint en el major mercat d'articles d'un sol ús. Cada any n'utilitza milers de milions. L'acumulació de 'deixalla blanca' ha motivat una gran campanya als mitjans de comunicació i al carrer per aconseguir que els consumidors xinesos canviïn aquesta mentalitat d'usar i llençar. Moltes ciutats han imposat restriccions als embalatges plàstics i Hangzhou, la capital de la província de Zhejiang, ha estat la primera ciutat xinesa a prohibir-los del tot. Com a alternativa, s'encoratja la gent a usar cistells de vímet i palla, bosses de roba per anar a comprar i altres envasos ecològics fets de cartró, clofolla d'arròs, palla o midó.



Per saber-ne més sobre com reduir residus:
"Propostes senzilles per reduir els residus" Guies
d'educació ambiental, 4. 2000. Barcelona.
Ajuntament de Barcelona.

Optimitza l'energia



"Com a individus, hem de fer el que puguem, per poc que sigui. Que apagar el llum quan sortim d'una habitació sembli poc transcendent, no vol dir que no ho haguem de fer."

(El 14è Dalai Lama, líder religiós)

Durant segles, la humanitat ha utilitzat els recursos de la terra com si fossin infinits. L'ús global d'energia ha augmentat quasi un **70%** durant els **últims 30** anys. Encara pitjor, es preveu que l'ús d'energia augmentarà un **2%** cada any durant els pròxims 15 anys.

WORLD RESOURCES INSTITUTE:
<http://earthtrends.wri.org/>

La natura ha trigat **1** milió d'anys a crear la quantitat de petroli que es consumeix a tot el món en un sol any. Es calcula que les **reserves de petroli** es podrien esgotar d'aquí a **60** anys. Les nostres fonts d'energia tradicionals –carbó i petroli– són combustibles fòssils. Aquest nom deriva del fet que s'han format durant milions d'anys a partir de les restes fòssils de plantes i animals morts.

Ibid. Clayton, op. cit., p.97.

www.fuelcellpark.com

El Projecte EADE (Expansió de la base de dades on-line pública sobre electrodomèstics energèticament eficients) es va iniciar l'abril del 2001, amb el suport del programa SAVE de la Comissió Europea i en el que participen entitats de 10 països de la UE.

En el marc del projecte a Catalunya s'ha desenvolupat una eina informatitzada per escollir els electrodomèstics, equips d'oficina o els equips electrònics domèstics energèticament eficients.

L'eina és HomeSpeed i consisteix en una base de dades dels equips i en un sistema de consulta que permet tenir accés a les dades i imprimir-les. Aquesta eina permet prendre decisions en l'adquisició d'equips electrònics d'oficina, d'electrodomèstics i d'altres equips domèstics electrònics tenint en compte no només el cost d'adquisició, sinó també el cost de funcionament al llarg de la seva vida.
www.energiasostenible.org/ecoserveis/eade

L'ús excessiu d'aquests combustibles ha comportat uns alts nivells de contaminació (en cremar combustibles fòssils s'allibera diòxid de carboni a l'atmosfera i es creen les condicions per a l'escalfament global –vegeu el pròxim capítol– i la pluja àcida). Hem de reduir la nostra dependència dels recursos naturals exhauribles de la terra. Necessitem fonts d'energia **alternatives** i renovables **ara**.





Green Light es va iniciar el febrer de 2000. Es un programa voluntari en el qual organitzacions públiques i

privades es comprometen davant de la COMISSIÓ EUROPEA a actualitzar els seus sistemes d'il·luminació i a dissenyar noves instal·lacions. Els objectius de GreenLight són:

- reduir –per tot Europa– l'energia que es consumeix per la il·luminació;
- minimitzar la contaminació i l'escalfament globals;
- millorar la qualitat de les condicions laborals...
- i, *ahora, estalviar diners!*

Per a més informació:
www.eu-greenlight.org

Si voleu saber més sobre el tema: "Aprender del Prestige" Guies d'educació ambiental, 17. Direcció d'Educació Ambiental i Participació, Ajuntament de Barcelona 2002. Barcelona

Amplia la informació a:
<http://europa.eu.int/comm/research/eesd/leaflets/en/keyact05.html>
www.solaradome.com/;
www.solarnow.org/glossary;
<http://solstice.crest.org/efficiency/index.html>
www.eren.doe.gov/



Però el petroli no només genera problemes ambientals en el seu ús quan es crema per produir energia. Catàstrofes ambientals i socials com les provocades pel Prestige o conflictes internacionals generats per l'hegemonia del petroli com a font energètica, són altres qüestions vinculades a que el petroli és la principal font energètica a nivell mundial.

Malauradament, encara no s'ha generalitzat l'ús de l'energia eòlica, solar, geotèrmica, de la biomassa i hidroelèctrica. Per què? Les polítiques energètiques dels governs afavoreixen les fonts d'energia tradicionals. Hi ha una manca d'inversió de capital, de fons d'investigació i de campanyes de conscienciació sobre les fonts alternatives. Tanmateix, esperem que això canviï en un futur pròxim quan aquestes **tecnologies d'energies més netes** s'estenguin i siguin més eficients.

L'energia és **essencial** per a quasi totes les nostres activitats: per preparar el menjar, per escalfar les nostres cases o per subministrar energia a les nostres indústries. No obstant això, l'ús, la generació i el malbaratament d'energia del planeta tenen les seves conseqüències. Després del cotxe, l'electricitat és la **font de contaminació** més important de la terra.

Un nou flux energètic. GREENPEACE ha donat suport per primer cop a una iniciativa comercial i s'ha unit a nPOWER per llançar Juice (Flux), una nova empresa d'electricitat verda de la Gran Bretanya que per primera vegada ofereix electricitat verda exactament al mateix preu que l'electricitat normal. Juice basa el seu subministrament en l'energia eòlica. No només té un preu just, sinó que com més gent la contracti, més parcs eòlics es construiran. Fins llavors, els clients rebran un subministrament verd de fonts renovables ja existents. Quan se n'hi hagin apuntat més de 50.000, es crearà un altre parc i així successivament. Per a més informació: www.npower.com/juice

Electra Norte, empresa asturiana constituïda el 1997 per Eléctrica de Carbayín, és la primera que produeix i comercialitza només energies renovables a l'Estat espanyol. Va rebre el Premi Solar 2002, atorgat per la secció Espanyola de European Association for Renewable Energies, a la millor iniciativa empresarial a Espanya.

Amb la finalitat de complir amb els seus compromisos, Electra Norte es sotmet anualment a una auditoria feta per Bureau Veritas, i així garanteix als seus clients que per cada kWh que consumeixin, Electra Norte en produeix un d'energies netes.

Per a més informació: www.electranorte.es





Estalviar energia és una qüestió important que exigeix solucions tant globals com individuals. Cada dia podem fer una pila de coses per reduir la quantitat d'energia que utilitzem. Tingues present que estalviant energia estalvies diners!

Escalfar l'espai i l'aigua d'una casa representa un **75%** de la **factura de combustible**. Apujar els costos de l'energia ens hauria de fer més conscients del problema.



Passos endavant

Aquí teniu alguns consells per estalviar energia a casa:

- Apaga'!! Un **televisor** en estat d'espera (standby) pot gastar 1/4 part de l'energia que gasta encès.
- Compra **bombetes** de baix consum i fluorescents amb balast electrònic. Apaga **els llums** de les habitacions quan surtis.
- Abaixa el **termòstat** uns quants graus. Si **tens fred**, abriga't una mica més en comptes d'apujar la calefacció.
- No utilitzis més aigua calenta de la necessària i dutxa't enlloc de banyar-te.
- Connecta els **aparells** a la xarxa sempre que puguis. Les piles gastades són molt contaminants, i si has d'utilitzar piles, procura que siguin recarregables.
- Assegura't que **portes** i **finestres** tanquen hermèticament.
- Substitueix els electrodomèstics vells per d'altres energèticament més

Ordenança Solar de Barcelona:

A Barcelona s'han iniciat actuacions per a introduir la producció i el consum d'energies renovables en la ciutat. L'agost del 2000 entrà en vigor l'Ordenança Solar, que regula la instal·lació de plaques solars tèrmiques (per escalfar aigua) en els edificis de la ciutat. Segons aquesta ordenança, tots els edificis de nova construcció i els que s'hagin de rehabilitar o reformar de manera integral i tinguin una despesa energètica superior als 292 megajoules (MJ) de mitjana anual per escalfar

aigua, hauran d'incorporar plaques solars tèrmiques per aquest ús. Fins a gener de 2004, hi havia instal·lat o en fase d'instal·lació **21.820 m²** de plaques solars tèrmiques cosa que ha significat un estalvi energètic de **17.456 MWh/any** (que equival a l'energia produïda durant 10 dies a la central tèrmica del Besòs) i un estalvi d'emissions de CO₂ de **3.000 tones anuals**. Per més informació: Agència Local d'Energia www.barcelonaenergia.com/



Energy Star és un programa d'etiquetatge vo-

luntari que va introduir l'ENVIRONMENTAL PROTECTION AGENCY dels Estats Units l'any 1992. Es va dissenyar per identificar i promoure els productes energèticament eficients, amb l'objectiu de reduir les emissions de diòxid de carboni. L'Energy Star s'ha anat estenent i s'aplica en cases noves, a la major part del sector de la construcció, la calefacció residencial, els equips d'aire condicionat, els electrodomèstics bàsics, els equipaments d'oficina, la il·luminació, l'electrònica de consum, etc..

La Comissió Europea ha adoptat recentment l'Energy Star, de manera que ja és una etiqueta d'eficiència energètica global.

Per a més informació:
www.energystar.gov/



Youthxchange.net
/test-&-game

Si voleu saber més sobre l'estalvi energètic consulteu: "Guia per a l'estalvi energètic" Guies d'educació ambiental, 13; Ajuntament de Barcelona o bé la revista Opcions nº 10 secció Idees: Com reduir el consum d'energia en la climatització de la casa.

Prediu el temps

"Els que encara mantenen que l'escalfament global no és conseqüència de l'efecte hivernacle que produeix l'activitat humana, són una mica com algú que encara cregués que la Terra és plana."

(Gerhard Berz, científic)



El dany al clima i a l'atmosfera de la terra sembla un problema tan enorme que la nostra reacció inicial és preguntar: què hi pot fer una sola persona? Però es necessita un canvi urgentment. **L'escalfament global i la reducció de la capa d'ozó** són dos problemes diferents però estan vinculats. Tots dos estan relacionats amb la qualitat de la nostra atmosfera i tenen un impacte directe en la nostra salut i en la salut del tot el planeta. Si no fem res, les conseqüències per a la terra seran desastroses.

L'escalfament global. Al llarg dels darrers 100 anys, la mitjana de les temperatures globals ha augmentat prop de mig grau centígrad. Els científics creuen que el planeta s'escalfa perquè els humans, amb els seus milions de fàbriques i cotxes, emeten ara més que mai més **'gasos d'efecte hivernacle' a l'atmosfera** –diòxid de carboni, metà, òxid nítrós i gasos fluorats–.

La COMISSIÓ INTERGOVERNAMENTAL SOBRE EL CANVI CLIMÀTIC (IPCC) ha estimat que la mitjana de temperatures de superfície s'eleva fins a 5.8 °C al final d'aquest segle si no empenem **cap tipus d'acció**. Aquest augment de temperatura podria tenir conseqüències greus tant per la humanitat com per altres formes de vida. Per exemple, pot provocar una crecuda del nivell del mar d'uns 90 cm que podria inundar àrees costaneres i petites illes, i pot generar un increment de la freqüència i la gravetat dels fenòmens meteorològics extrems. El **Protocol de Kyoto** és el compromís dels països industrialitzats (excepte els EUA) de reduir les emissions de CO₂ un 5% (comparat amb el nivell de 1990) l'any 2012.

Els gasos hivernacle s'anomenen així perquè creen una capa aïllant al voltant de la Terra, com el vidre d'un hivernacle, que reté l'escalfor dels raigs del sol. Trobaràs més informació a: www.ipcc.ch (COMISSIÓ INTERGOVERNAMENTAL SOBRE EL CANVI CLIMÀTIC – WORLD METEOROLOGICAL ORGANISATION i UNEP); www.unfccc.int; www.grida.no/climate/; http://www.wmo.ch/wmo50/e/world/climate_pages/global_warming_e.html; www.greenpeace.org/~climate; www.cool-companies.org

Per a més informació sobre el Protocol de Kyoto: <http://unfccc.int/text/resource/iuckit/index.html>



Tanmateix, aquesta reducció és només el primer pas. Podríem invertir els danys causats pel canvi climàtic si féssim els **esforços necessaris per modificar** la manera com consumim i produïm actualment. Els experts diuen que s'hauran d'haver disminuït les emissions de CO₂ prop d'un **60%** l'any **2050** si volem evitar un canvi climàtic catastròfic.

El forat a la capa d'ozó. L'ozó és un gas verinós a nivell de la superfície terrestre. A 25 quilòmetres d'altura, però, una fina capa d'ozó envolta el planeta i ens protegeix dels raigs del sol. És una capa fonamental per a la vida a la terra. Absorbeix gairebé tota la llum ultravioleta (UV) del sol que provoca **càncers de pell** i **malalties oculars** i danya plantes i animals. Els gasos destructors de l'ozó romanen actius i perjudicials a l'estratosfera fins a 111 anys.

El 1985, els científics van descobrir un forat a la capa d'ozó. Aquest forat és damunt de l'**Antàrtida** i creix continuament. Fins ara, ja s'ha destruït aproximadament un 10% de l'escut d'ozó de la terra. Els **CFCs** són responsables de la destrucció d'una gran part d'aquest percentatge.

Els països **desenvolupats** han acordat frenar l'ús dels productes químics que destrueixen l'ozó, prohibint-los o retirant-los progressivament. Als països en vies de desenvolupament, però, seran permesos fins a l'any 2010.

Segons l'**INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (IPCC)** de les Nacions Unides, una reducció immediata d'aquest nivell de les emissions de CO₂ (diòxid de carboni) és impossible, però indica el grau de reducció de la contaminació que cal fer per frenar l'escalfament global.

Aquestes substàncies es van utilitzar primerament com a líquid refrigerant a les neveres i més endavant a les unitats d'aire condicionat. Altres usos importants dels CFCs inclouen l'agent polvoritzador als aerosols. Per a més informació: **UNEP DTIE ENERGY AND OZONATION UNIT** - Email: ozonation@unep.fr; www.unep.iep.org/ozonation



Frenant el Canvi Climàtic. L'escalfament global no desapareixerà tot sol. Si volem resoldre aquest problema, fer un ús cada cop millor dels recursos en els processos de producció i crear productes més eficients amb menys exigències energètiques ha de convertir-se en una pràctica comercial normal. Les empreses tenen un paper fonamental a l'hora de comercialitzar i promoure tecnologies que redueixin les emissions de diòxid de carbó.

Nou líders empresarials d'Europa i dels EUA han creat una xarxa d'empreses anomenada la **Taula del Respecte** que s'ha compromès a complir els reptes del Protocol de Kyoto. La xarxa ha posat el tema del canvi climàtic a la capçalera de la seva agenda per col·laborar en la creació d'una societat, ecològica, social i econòmicament sostenible. Les empreses participants inclouen **IKEA (Suècia)**, **INTERFACE (EUA)**, **NUON RENEWABLE ENERGY (Holanda)**, **THE BODY SHOP INT (Anglaterra)**. (www.respecteurope.com)

El **Pew Center on Global Climate Change** és una organització apolítica, independent i sense ànim de lucre, dedicada a proporcionar informació creïble, respostes clares, i solucions innovadores amb l'objectiu d'afrontar el canvi climàtic global. Trenta dues grans empreses, la major part incloses en la llista Fortune 500, treballen juntes a través d'aquest Centre per educar el públic sobre els riscos, reptes i solucions del canvi climàtic. (www.pewclimate.org)



Youthxchange.net
/carrying-the-torch

Amb la ratificació del Protocol de Kioto per part de la Unió Europea es van acordar xifres de reducció o creixement per cada un dels països de manera que en conjunt la UE reduís un 8% pel 2021 (prenent com a referència l'emissió dels gasos d'efecte hivernacle de 1990). Espanya podia incrementar encara un 15% la seva emissió de gasos hivernacle fins el 2012. Però a principis del 2004 les emissions s'han incrementat un 33% respecte el 1990, superant amb escreix aquest 15%. A part de les evidents conseqüències ambientals, el Protocol de Kioto imposa multes que equivalen al 30% de l'excés de gasos emesos, i la Unió Europea estipula que en el cas d'excedir les emissions acordades, el país

haurà de comprar "drets d'emissió" anuals. En el cas d'Espanya això es tradueix en que haurà de comprar drets d'emissió per valor de 110-115 milions de tones de CO₂, el que pot suposar un cost d'uns 3.000 milions d'euros a assumir per les empreses espanyoles.

Si vols saber més sobre els gasos hivernacle i el Protocol de Kioto consulta: "Para comprender el cambio climático: Guía Elemental de la Convención Marco de las Naciones Unidas y el Protocolo de Kyoto" Publicat per el Programa de les nacions Unides per al Medi Ambient i la Secretaria sobre el Canvi Climàtic, 2002. UNEP UNFCCC http://unfccc.int/resource/beginner_02_sp.pdf

La **Fundació Natura** ofereix el "Pla de Neutralització del Carboni" (un dels principals gasos responsables de l'efecte hivernacle) que consisteix en mesurar la quantitat de CO₂ produït a casa, l'oficina o l'empresa per poder calcular quants arbres són necessaris per compensar aquesta producció de carboni i així també potenciar la plantació d'arbres de ribera amb l'objectiu de conservar els ecosistemes fluvials. www.fundacionatura.org/fnovetat.htm



I el fet és que hi estem acostumats i les nostres tecnologies s'hi basen.

Per exemple, Nike és una de les quatre empreses afiliades al PROGRAMA DE SALVADORS DEL CLIMA DE LA WWF – una iniciativa voluntària per reduir les emissions de gasos hivernacle. Vegeu: www.nikebiz.com; www.panda.org/about_wwf/what_we_do/climate_change/what_we_do/business_industry/climate_savers.cfm

Si vols saber més sobre aquests temes complexos, comença navegant a: www.safecclimate.net; www.climatevoice.org; www.iisd.org/youth/internetcafe

El WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (Consell Empresarial Mundial per al Desenvolupament Sostenible) analitza els vincles entre el canvi climàtic, les empreses i altres parts interessades (stakeholders) a: www.wbcsd.ch/templates/TemplateWBCSD1/layout.asp?type=p&MenuId=Mjgw

Mai és massa tard per emprendre accions. La capa d'ozó es recuperarà si tots usem menys substàncies destructores de l'ozó. Tanmateix, si totes es prohibissin demà, la capa d'ozó trigaria **40 anys** a recuperar-se.

Durant molt de temps, l'aparent disponibilitat de combustibles fòssils no ens ha obligat a estudiar opcions alternatives més netes. Com a conseqüència, encara **depenem massa** de les fonts d'energia tradicionals i n'estem patint les conseqüències en la nostra salut i la del planeta. Hem d'invertir més temps, diners i 'energia humana' per aconseguir que les fonts d'energia renovables constitueixin una **alternativa** viable als combustibles fòssils. Els consumidors responsables hi tenen un paper clau: gràcies a les nostres accions positives, creixerà el 'club de fans de la sostenibilitat'! A les multinacionals poderoses els serà difícil mantenir el seu èxit si ignoren les vostres preocupacions.



Passos endavant

Un petit esforç per controlar el canvi climàtic i la reducció de la capa d'ozó:

- **No utilitzis aerosols (esprais).** Encara que ja no continguin CFCs, sí que contenen altres productes químics contaminants i no es poden reciclar.
- Si t'has de comprar un **frigorífic** nou, assegura't que contingui un nivell reduït de CFCs o, si pot ser, cap. Si has de llençar la nevera antiga, no la llençis a qualsevol lloc, porta-la al punt verd o deixalleria més propera, que els CFCs poden (i han de) ser reciclats!
- Redueix l'**ús del cotxe** i **altres vehicles de motor**. Els cotxes són la causa més gran de l'excés de CO₂ i produeixen altres gasos hivernacle.



Estalvia aigua, una opció segura



Ens la bevem, ens hi rentem nosaltres i hi rentem els plats, la roba, la casa i el cotxe. El cos humà està compost principalment d'aigua. Les collites no creixen sense ella. De fet, és **vital** per a la **supervivència** de tots els organismes vius. Pots resistir més o menys **1 mes** sense menjar, però només **5-7 dies** sense aigua.

El **97%** de l'aigua de la terra és aigua de mar, que l'home no pot aprofitar. Menys d'un **1%** de l'aigua del planeta es pot fer servir per beure i per altres usos, com ara l'agricultura i la indústria. Aquest subministrament prové de rius, pantans i aqüífers.

El consum d'aigua està augmentant a tot el món. Es probable que la disponibilitat d'una cosa tan bàsica i fonamental com l'aigua esdevingui durant els pròxims anys un dels problemes **més urgents** i **desestabilitzadors** relacionat amb els recursos.

Tenint en compte l'actual augment de la demanda, l'aigua econòmicament explotable es pot haver **esgotat** l'any **2005** en algunes zones concretes. I l'any **2025**, dues terceres parts de la població mundial podrien patir els efectes de l'escassetat d'aigua.

Una immensa proporció de la població de la terra –**2 mil milions** de persones– **no té accés** a l'aigua potable. Més de **4 mil milions** de persones de tot el món no tenen aigua corrent a casa. En algunes parts de l'Àfrica, les dones i els nens transporten fins a **20 litres** d'aigua, sovint durant més de **5 hores**, des de les fonts d'aigua més pròximes. En canvi, als països industrialitzats, una llar urbana mitjana de 4-6 persones gasta **640 litres** d'aigua al dia.

"Moltes de les guerres d'aquest segle s'han fet pel petroli, però les del segle que ve es faran per l'aigua."

(Ismail Serageljin, Banc Mundial, 1995)

www.thewaterpage.com

Catalunya estalvia aigua:

Darrerament, la polèmica generada al voltant del Transvasament de l'Ebre ha posat de manifest la importància de l'aigua com a recurs essencial per a la vida i l'economia. Durant l'any 2003, Ecologistes en Acció endegà la campanya "Catalunya Estalvia Aigua", realitzada a quatre municipis del Principat, i que consisteix en la instal·lació de dispositius d'estalvi a les llars. Un dels objectius d'aquest projecte va ser demostrar que l'escassetat d'aquest recurs és el resultat d'un ús poc racional, i que amb una nova cultura de l'aigua

fonamentada en la promoció d'un ús eficient, la reducció del consum innecessari, la millora de la seva qualitat i la garantia d'un futur amb aigua, pot no ser necessària la realització d'un transvasament.

Els primers resultats han donat la possibilitat d'un estalvi real del 12% del consum de mitjana, amb un marge entre del 8% al 30%, només amb la incorporació de mecanismes d'estalvi sense cap esforç afegit ni canvi d'hàbits.
www.ecologistesenaccio.org/temes/aigua/projecte/projecte.htm



Youthxchange.net
[/facts&figures](http://facts&figures)

www.panda.org/livingwaters/initiatives/wetlands

Als anys seixanta, el cabal d'aigua que entrava al Mar va començar a disminuir de manera alarmant. Els projectes d'irrigació que es feien riu amunt per plantar arròs i cotó, consumien més del 90% del cabal natural de l'aigua que prové de les muntanyes Tian Shan de l'Àsia central. Com a resultat, l'àrea de la superfície del mar va disminuir. Per a més informació: <http://nailaokda.8m.com/ara.html>

Aquestes estadístiques són prou escandaloses, i hi ha moltes probabilitats que s'arribi a produir un desastre de proporcions descomunals si no ens prenem seriosament la conservació i la gestió de l'aigua.

Estudis recents ressalten el valor econòmic dels ecosistemes d'aigua dolça com els **aiguamolls**, llacs i rius. Malgrat la seva importància, els ecosistemes d'aigua dolça estan greument amenaçats a tot el món. En només 30 anys, el **Mar d'Aral** -antigament el quart llac més gran del món- s'ha reduït a la meitat i s'ha tornat tan salat com l'oceà.

Els països desenvolupats contaminen incessantment les fonts d'aigua, els rius i els mars, posant en perill l'equilibri ecològic. Cada dia, la gent aporta **contaminació** a les diferents etapes del cicle de l'aigua: des d'abocar les aigües residuals al mar fins a llençar productes químics perillosos als nostres rius...

La **qualitat** de l'aigua és tan important com la **quantitat**. Recentment, s'ha descobert que 43 pesticides diferents assoleixen nivells il·legals a l'aigua potable de la Gran Bretanya. La llista de contaminants de l'aigua és llarga: herbicides, nitrats, fosfats, plom, petroli i diversos productes químics industrials.



Passos endavant

Tots podem fer un esforç per canviar l'ús que fem de l'aigua. Com menys aigua portin els rius, més es concentra la contaminació. Què podem fer per estalviar aigua?

- **Dutxa't** en comptes de banyar-te. De promig, una banyera gasta el doble d'aigua.
- Quan canviïs els **wàters** i les **màquines de rentar**, demana models que gastin poca aigua.
- No rentis **la roba** tan sovint. A vegades la roba no és gaire bruta i n'hi ha prou amb ventilar-la. D'altra banda, també et durarà més.
- No llencis al wàter els **tampons**, **compreses**, **bolquers** i **condons**, sobretot si vius en una zona on les aigües residuals van a parar al mar sense depurar. Pensa-hi el pròxim cop que vagis a nedar.
- No llencis mai **productes químics domèstics** (com ara oli, trementina i decapant) a l'aigüera.

Nova cultura de l'Aigua:

Fundació Nova Cultura de l'Aigua és una entitat sense ànim de lucre que treballa per promoure una nova cultura de l'aigua que es tradueix en deixar de considerar l'aigua com un bé productiu i entendre-la com un bé eco-social. Això implica la conservació dels recursos hídrics, l'ordenació sostenible del territori i l'eficiència, que passa per plantejar de manera diferent la gestió de l'oferta i la demanda d'aigua.

<http://www.unizar.es/fnca/noticias1.php>

Projecte Rius:

El Projecte Rius és una iniciativa de l'Associació Hàbitats que té com a objectiu principal la conservació i millora dels nostres rius amb la participació activa de tots nosaltres.

Hi pot participar qualsevol persona des de grups d'amics i famílies, a escoles i associacions diverses. Actualment ja hi ha més de 700 grups a tota Catalunya que van al riu, en determinen la qualitat (amb un sistema senzill i estandaritzat que no requereix coneixements previs) i participen activament en les accions de millora del riu.

Per a més informació: www.projecterius.org



Aigua embotellada: el cost real. Basant-se en un nou estudi independent, el WWF insta la gent a beure aigua de l'aixeta, que sovint és tan bona com l'aigua embotellada. Això seria bo per al medi ambient i per a la cartera dels consumidors.

Segons l'estudi, pot ser que l'aigua embotellada no sigui ni més segura ni més saludable que l'aigua de l'aixeta en molts països, encara que es vengui 1000 vegades més cara. No obstant això, és la indústria de la beguda que més creix al món i es calcula que té uns beneficis d'uns 22 mil milions de dòlars l'any.

L'ORGANITZACIÓ DE LES NACIONS UNIDES PER A L'AGRICULTURA I L'ALIMENTACIÓ (FAO), diu que

pel que fa al valor nutritiu, l'aigua embotellada no és més bona que l'aigua de l'aixeta, i pot contenir petites quantitats de minerals que també es troben en moltes xarxes d'abastament d'aigua municipals.

L'estudi també conclou que cada any es fan servir 1,5 milions de tones de plàstic per embotellar aigua. Durant el procés de fabricació i eliminació de les ampelles es poden alliberar productes químics tòxics al medi ambient. A més a més, una quarta part dels 89 mil milions de litres d'aigua que s'embotellen anualment al món es consumeixen a fora del seu país d'origen. Les emissions de diòxid de carboni provocades pel transport tant interior com entre països d'aigua envasada, són un factor que agreuja el problema global del canvi climàtic. (3 de maig, 2001).

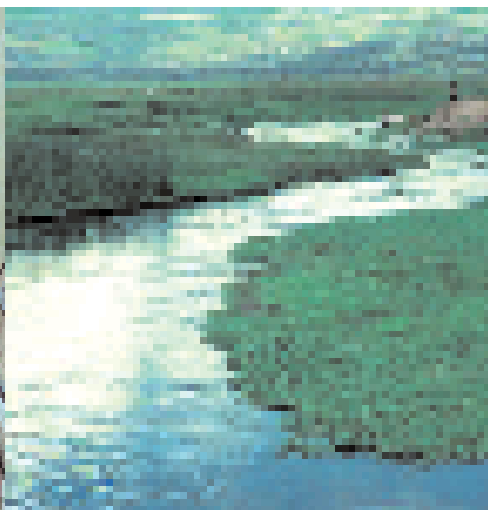
Per a més informació: WWF LIVING WATERS CAMPAIGN, e-mail: lhaded@wwfint.org.

Assedegats de saber més sobre l'aigua? Visita el PORTAL DE L'AIGUA DE LA UNESCO a www.unesco.org/water/ o altres llocs relacionats amb el tema com: www.thewaterpage.com www.gpa.unep.org

A Catalunya hi ha 36 camps de golf dels quals 12 estan a la província de Barcelona. El golf és un esport procedent de països molt plujosos i per mantenir la gespa en condicions en un país mediterrani, un camp de golf de 18 forats a la Mediterrània consumeix tant litres d'aigua com una població de 9.000 habitants.



Youthxchange.net
/best-practices



Compra responsable



"La injustícia en algun lloc suposa una amenaça a la justícia arreu."

(Martin Luther King, líder de la defensa dels drets civils)

No comprar res és poc realista, però parar de comprar en excés és imprescindible. El consum sostenible no es refereix només als costos ambientals del nostre sistema de producció i consum; **els costos humans i socials** també han de tenir-se en compte.

Infinitat d'articles que acaben a les botigues i **a casa nostra** estan fabricats als països en vies de desenvolupament perquè les multinacionals troben sovint que la mà d'obra és molt més barata allà. Però el tracte ha de ser just per a totes les parts implicades. El consum sostenible ha de defensar la justícia social i **respectar** els drets humans, socials i econòmics bàsics, que haurien d'estar a disposició de **tothom** i no excloure ningú.

El treball infantil és un exemple clar de perquè el consum sostenible fa que sigui necessari analitzar les condicions i els drets bàsics de les persones involucrades en la producció i manufactura de béns de consum. Segons estimacions de l'ORGANITZACIÓ INTERNACIONAL DEL TREBALL (OIT), als països en vies de desenvolupament uns **250 milions** de nens i nenes, **d'entre 5 i 14 anys**, treballen.

www.ilo.org

Catifes Netes. *RUGMARK és una organització sense ànim de lucre que treballa per acabar amb el treball infantil i oferir oportunitats educatives als nens i nenes del Nepal, l'Índia i el Pakistan. L'etiqueta RUGMARK significa que la catifa en venda no s'ha produït mitjançant el treball infantil il·legal. Segons un comunicat de premsa recent (gener de 2001), des de 1995 s'han venut a Europa i Amèrica del Nord més de 2 milions de catifes amb l'etiqueta RUGMARK.*

El treball infantil també afecta a Espanya. Segons un informe realitzat entre 1998 i 2000 per Unicef a petició del Ministeri de Treball i Assumptes Socials a Espanya hi ha 170.000 infants que treballen. Aquest informe només inclou els infants que treballen 3 o més hores al dia 5 dies a la setmana.

Els resultats són que entre els infants escolaritzats n'hi ha uns 100.000, pràcticament en la totalitat nenes, que es

dediquen a les feines domèstiques, 15.000 que treballen en el negoci familiar, uns 10.000 que treballen en agricultura, ramaderia o pesca, 4.600 en tallers o fàbriques i 2.000 en la venda ambulants... Segons el Sindicat d'Obrers del Camp és especialment preocupant és el cas dels menors immigrants que treballen al camp.

Font: "El Trabajo infantil en España" Unicef. a "Materiales de trabajo" del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2000.



Les estadístiques de l'OIT indiquen que a l'Àfrica treballen 2 de cada 5 infants (el **32%** del total mundial d'infants implicats en activitats econòmiques), a l'Àsia 1 de cada 5 (**61%** del total mundial), a l'Amèrica Llatina 1 de cada 6 (**7%**) i a Oceania 1 de cada 3. Només a l'Àfrica, les xifres augmenten en un milió cada any, a un ritme que arribarà als 100 milions l'any 2015.

A l'Índia, milers d'infants treballen en la producció de llumins i focs d'artifici. Reben un sou equivalent a 38-45 cèntims d'euro al dia i fan jornades de 10-12 hores diàries, set dies a la setmana. Al Pakistan, prop d'un 75% dels teixidors de catifes del país són nenes menors de 14 anys.

Tanmateix, aquest no és només un problema dels països en desenvolupament. El 1998, el DEPARTAMENT DE TREBALL dels EUA va calcular que al país hi havia aproximadament 3,5 milions de treballadors infantils 'legals' (sense comptar els 1,5 milions d'il·legals). Al Regne Unit, un estudi recent ha descobert que uns 750.000 infants d'entre 11 i 15 anys treballen regularment, alguns fins i tot 50 hores a la setmana.

Marcant gols al treball infantil – Eurocopa 1996. El fet que les pilotes de futbol que es fabricaven al Pakistan es cosien amb treball infantil es va convertir en notícia de primera plana abans que comencés el campionat. Això va fer que la FIFA (l'autoritat internacional en futbol) publicés un Codi de Pràctiques estipulant quines pilotes es podien usar als partits. Com a resultat de la campanya, va canviar el mètode de produir pilotes de futbol al Pakistan.

Campanya Roba Neta:

La Campanya Roba Neta "Clean Clothes Campaign" és una campanya de denúncia i sensibilització sobre les condicions laborals de la producció de tèxtils i material esportiu en els països del sud destinada als consumidors dels països del nord.

Paral·lelament es vetlla i es treballa per aconseguir que les condicions laborals en els països del sud com a mínim compleixin les

condicions establertes per l'Organització Internacional del Treball i es minimitzi l'impacte ambiental de la producció de tèxtils.

La campanya s'ha estès a 10 països europeus i hi participen ONG's i Sindicats. A Espanya l'entitat responsable és SETEM, per més informació sobre la campanya i la valoració d'algunes de les principals empreses de productes tèxtils i esportius. www.ropalimpia.org

"Research on Girl Child Weavers in the Carpet Industry", RUGMARK Society Pakistan, 1999: www.rugmark.org/news_facts

Mira't els llocs web del DEPARTAMENT DE TREBALL dels EUA (www.dol.gov) i de l'OFICINA D'ESTADÍSTIQUES LABORALS (www.bls.gov) dels EUA.



Youthxchange.net
/pay-the-right-price

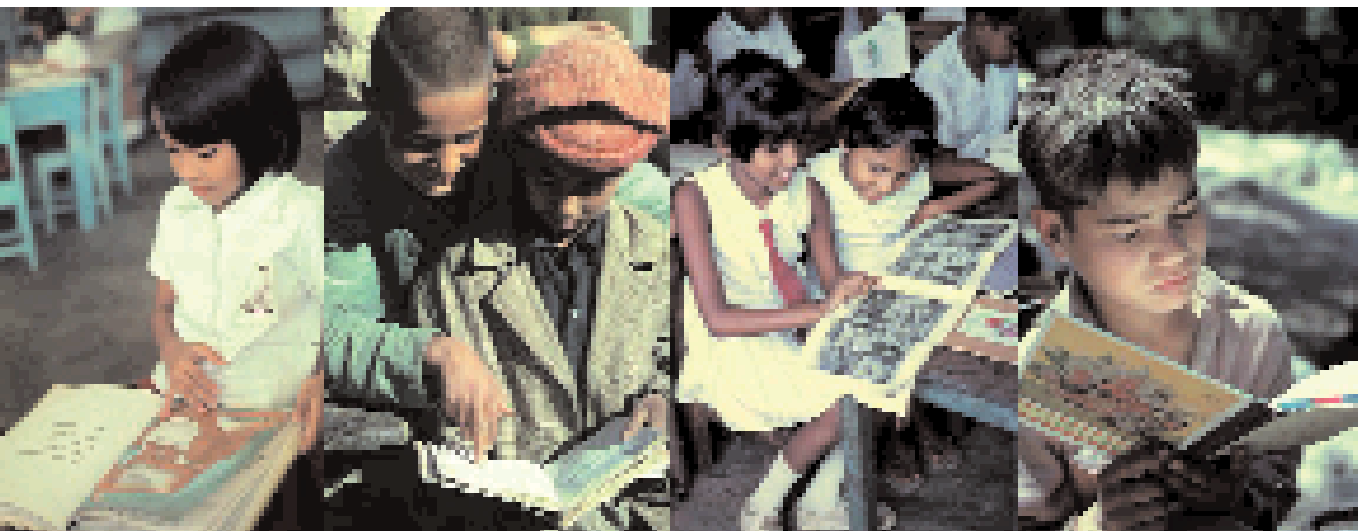
Reduint el treball infantil.

L'obligatorietat de l'educació ha reduït el treball infantil. Als anys vint i trenta del segle passat, el govern de Sri Lanka va decidir imposar l'obligatorietat de l'educació. L'índex d'alfabetització va créixer del 58% el 1946 al 86% el 1984 (UNESCO, 1991). El resultat que se'n va derivar: l'índex d'ocupació laboral dels infants d'entre 10 i 14 anys va disminuir substancialment des del 13% el 1946 al 6,2% el 1963, un índex que actualment està al 5,3% pels nens i al 4,6% per les nenes (OIT, 1995).

Font:
<http://www.geocities.com/CollegePark/Library/9175/inquiry1.htm>

Normalment, els infants es dediquen a feines intensives que no requereixen aptituds específiques però en les que unes mans petites són un avantatge (teixir catifes, cosir, fer llumins). Sovint estan exposats a condicions de treball perilloses i, com que són **físicament vulnerables**, sovint es posen malalts. Treballen moltes hores, cobren una misèria i sovint reben poca o cap escolarització.

Una trista realitat és que hi ha moltes famílies pobres al món que depenen dels ingressos dels seus fills. Alguns agents polítics consideren que la feina té un paper positiu i important a la vida dels infants i en la relació amb les seves famílies, i per això intenten reformar, però no prohibir el treball infantil. El problema és complex, però qualsevol solució factible ha d'incloure activament les famílies dels infants implicats. De tota manera, la **prioritat** ha de ser **l'infant**. Al capdavall, només ets petit una vegada!

**El Comerç Just a Catalunya:**

Des de que al 1993 s'obrí la primera botiga de comerç just a Catalunya el consum d'aquests tipus de productes ha augmentat notablement fins a arribar al 2002 a un volum de vendes superior a 2.000.000 €.

Els productes de comerç just s'elaboren seguint el següents principis:

- Les empreses productores han de tenir una estructura democràtica i participativa.
- Condicions laborals dignes que inclouen salaris justos, igualtat home dona i condicions laborals que no malden la salut dels treballadors.
- En la relació comercial amb l'entitat distribuïdora s'estableix un preu just, prefinançament dels productes i relacions comercials a llarg termini (al marge de les oscil·lacions de preus del mercat) per a que les comunitats puguin planificar el seu desenvolupament.
- Una part dels beneficis s'han de reinvertir en les necessitats bàsiques de la comunitat (sanitat, educació...)

- Garantir el respecte vers el medi ambient no utilitzant productes que puguin comprometre la supervivència del medi local
- Queda explícitament prohibit el treball infantil.

A www.festacj.org/establiments.htm trobareu el llistat de botigues especialitzades, bars, restaurants i alguns supermercats on podeu comprar productes de comerç just, a més dels links de les entitats que promociónen el comerç just a Catalunya.

Algunes de les etiquetes que et permetran reconèixer si un producte és de comerç just són:



Font: El comerç just a Catalunya. Informe 2000-2002 Setem.

UNA OPORTUNITAT PERDUDA

El treball no només compromet la salut física i la seguretat de l'infant sinó que també fa que que s'ignorin els seus drets i, el que és pitjor, el priva de l'oportunitat de rebre una **educació**. A l'Índia, **1** de cada **4** nens **no anirà mai a l'escola**.

Aquest és el principi d'un cercle viciós: sense educació, les oportunitats de fugir de les feines mal pagades i de la pobresa, es redueixen dràsticament. A més, als països en desenvolupament, les **conseqüències a llarg termini** del treball infantil no són gens encoratjadores. Nens i nenes representen l'esperança i el potencial futur de qualsevol país. Privant d'educació un infant es priva el país d'un 'capital humà' i dels treballadors instruits i qualificats que tan necessiten els països en desenvolupament.

872 milions de persones, **1 adult** de cada **4** als països en vies de desenvolupament, **no saben llegir o escriure**. D'aquests, dues terceres parts són dones. Proporcionar educació primària a tots els nens del món costarà **4.76 mil milions** d'euros més, el mateix que **4 dies** de la despesa militar mundial.

La consciència del consumidor, en qüestionar les polítiques de governs i empreses i en **evitar la compra** d'un article tret que estiguem convençuts que s'ha produït sense **concessions ètiques**, pot produir un canvi. Com a consumidors, també podem dirigir-nos a les organitzacions de comerç just –amb presència creixent al mercat–, que garanteixen que els seus productes no perjudiquen el medi ambient i s'han fabricat sense explotació laboral.

El treball infantil és només un aspecte particularment gràfic del tema, més ampli, de **les condicions laborals, els drets humans, la desigualtat de gènere** i la necessitat de respectar el dret del països en desenvolupament a una existència digna i sostenible.

Llavors per a un futur millor. *Basant-se en la filosofia que tots els infants tenen dret a una educació i a la infantesa, el projecte pilot de l'AMERICAN CENTRE FOR INTERNATIONAL LABOR SOLIDARITY a Kènia, Uganda i Tanzània, és un bon exemple de programa reeixit, basat en la comunitat, contra el treball infantil.*

Els nens i nenes de l'Àfrica de l'Est que viuen a les plantacions agrícoles o als seus voltants deixen d'anar a l'escola primària per treballar a les plantacions, tenir cura de les seves famílies o fer altres feines a les poblacions veïnes. Des que el 1999 va arrencar el projecte, molts infants han tornat a anar a l'escola. Per ajudar les famílies amb les despeses s'han organitzat més de 150 grups locals d'autoajuda basats en microcrèdits.

La clau de l'èxit del projecte està en canviar les actituds de la gent envers el treball infantil. En involucrar les famílies, les comunitats rurals, els mestres, els empresaris i els sindicats, el que es pretén és crear una cultura contra el treball infantil i un sistema de control que estigui portat per la pròpia comunitat.

Les reunions de capacitació es fan a les mateixes plantacions o a prop, per facilitar l'assistència de tots. Mitjançant el treball a un nivell realment local, la comunitat aprèn a ajudar-se a si mateixa, a reforçar-se i a trobar solucions pràctiques als seus problemes.
(www.stopchildlabor.org/internationalchildlabor/PlantationProject)



Hi ha varies iniciatives per acabar amb el treball infantil a Internet: www.icftu.org

Informe sobre el desenvolupament humà 1998, editat per Associació per a les Nacions Unides a Espanya, Càtedra Unesco i Centre Unesco <http://www.undp.org/hdro/hdrs/1998/english/98.htm>

Per a més informació sobre els drets humans, quins aspectes inclouen i què està passant i a on, visita els llocs següents: www.amnesty.org/ www.hrw.org



Youthxchange.net
/awakening-your-soul

Font:
Anuari Estadístic de Catalunya 2003

A Catalunya la taxa d'analfabetisme es situa en el 2.50% de la població, 50.103 persones, i a Barcelona hi ha 76.310 persones que no saben llegir ni escriure, el que es tradueix en una taxa d'analfabetisme d'un 1,30%.



Hi ha un **fort vincle** entre el **consum sostenible**, la necessitat d'assegurar **els drets humans** bàsics i promoure el desenvolupament. La pobresa i els danys ambientals (a través de la desforestació i del pasturatge excessiu, per exemple) s'alimenten mútuament i provoquen un efecte dòmino en els drets humans i el desenvolupament de les generacions actuals i futures.

Els governs tenen **el deure de protegir** tots els drets dels seus ciutadans. Malauradament, hi ha massa ocasions en què es vulneren i s'ignoren els drets humans. En créixer la conscienciació, la gent està començant a **qüestionar** les pràctiques d'exploatació laboral.

El **boicot** va guanyant popularitat a través d'Internet com a eina per fer campanyes. Abans de boicotejar, però, és important que t'informis de les possibles conseqüències i de qui rebrà més, si l'empresa o els treballadors que intentes protegir. Exigir **transparència** total a les empreses és fonamental per evitar que es limitin a canviar d'ubicació i continuïn amb les pràctiques abusives. Aquesta demanda de transparència pot canalitzar les accions dels consumidors i portar-los a **compartir** responsabilitats i **objectius** amb la seva comunitat.



Passos endavant

Els següents suggeriments et volen ajudar a comprar èticament:

- Escull productes fets i distribuïts per fabricants i venedors amb polítiques ètiques clares i uns **codis de conducta** conseqüents.
- **Analitza contínuament** les teves marques preferides. Posa't en contacte amb el teva associació local de consumidors per ampliar la informació i participa en campanyes d'Internet per millorar les condicions laborals en la fabricació.
- Evita productes i serveis oferts per empreses que recolzin **règims que no respecten els Drets Humans**.
- Boicoteja els productors que paguin malament els seus empleats, que utilitzin mà d'obra esclava o que tinguin proveïdors que recolzin **l'esclavitud**.
- Escull productes i serveis que portin l'etiqueta **'NO child labour'** o portin etiquetes de **comerç just sempre que sigui possible**.
- Sempre que sigui possible tria productes i serveis que no hagin estat experimentats amb animals Escull productes i serveis etiquetats amb **'NO experimentat en animals'** si és possible.
- Boicoteja els productes i serveis que facin afirmacions **enganyoses o ofensives**.
- **Intercanvia** informació i experiències sobre ètica i productes amb altres consumidors.

Examina els informes d'AMNISTIA INTERNACIONAL i/o el seu lloc web sobre tortura, execucions extra-judicials, presoners de consciència, violència oficial freqüent contra ciutadans, esclavitud tolerada.

Mira les publicacions i llocs web de les organitzacions contra l'esclavisme, com per exemple a <http://www.iabolish.com/activist.htm> o <http://www.antislavery.org/>

Fixa't-hi a l'embalatge.

Vegeu el següent capítol.

Contra la dignitat humana i animal (per exemple, que promoguin la violència, la pedofília, l'exploatació sexual, l'esclavitud, etc.)



El cafè i les màquines de vènding:

El producte estrella del comerç just és el cafè que no només es pot comprar en botigues sinó que també es pot consumir en les màquines expenedores de begudes calentes.

Ja són moltes les institucions catalanes que venen cafè de comerç just en els bars i màquines expenedores de begudes, és el cas de l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat, CCOO i TUVCA entre molts d'altres. Si tu també vols que en el teu lloc de treball hagi cafè de comerç just, Setem t'ofereix models de cartes per sol·licitar que es distribueixi cafè de comerç just:

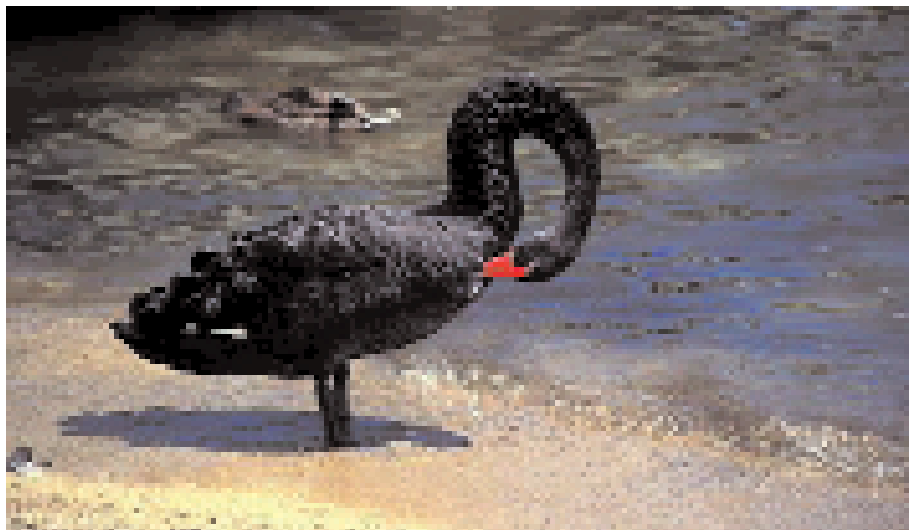
www.boncafe.org/cat/formularia.htm

La Consulta social per l'abolició del deute extern

és una iniciativa de la Xarxa Ciutadana per l'Abolició del Deute Extern consistent en realitzar una consulta popular sobre el deute en paral·lel a la celebració d'eleccions. A través d'aquesta acció es pretén conèixer l'opinió de la població, informar i sensibilitzar a persones, col·lectius i institucions i fomentar la democràcia participativa.

Si esteu interessats en aquesta iniciativa consulteu: www.consultadeuda.org

Viu i deixa viure



“La bèstia salvatge i cruel no és al darrera dels barrots de la gàbia. Es al davant”

(Axel Munthe, metge, psiquiatre i escriptor)

El dret a una existència digna no és exclusiu dels humans. Ser conscients de la nostra **interrelació amb la natura** i de les conseqüències de l'activitat humana per als ecosistemes és un element clau per entendre el desenvolupament sostenible.

La secció pretén informar del **tracte** que donem als animals (criats per al consum i en captivitat), de la **biodiversitat** i de la preservació de l'**equilibri** de la natura. Aquestes són qüestions independents però relacionades i es veuen afectats en bona part de les decisions que cadascú pren d'acord amb la seva opció vital i les seves prioritats dins del context de la sostenibilitat.

GRANGES D'ANIMALS

La gent està cada cop més preocupada pel tracte que reben els animals durant el procés de **producció** de béns de consum (ramaderia industrial, proves de cosmètics, etc.). La crueltat es pot evitar tot seguint uns quants principis fonamentals. Tracta els animals amb respecte: proporciona'ls menjar i refugi adequat, assegura'ls-hi un seguiment veterinari bàsic, condicions de vida higièniques i mai no els peguis ni els alimentis per força.

Una alternativa que garanteix que els animals han estat tractats amb cura i que no s'han utilitzat pinsos d'origen animal ni productes d'engreix o d'altres components artificials són els productes d'origen animal amb certificat ecològic del Consell Català de la Producció Agrària Ecològica. www.ccpae.org/





Una campanya italiana de CARE (COOPERACIÓ PER ALS DRETS DELS ANIMALS A EUROPA): www.infolav.org

La producció d'ous en bateria és tan cruel que s'està abandonant gradualment als països europeus però encara es practica en altres parts del món. A les granges en bateria, normalment es fiquen quatre gallines en una gàbia metàl·lica que fa només uns 40,64 cm. d'amplada. Les caixes es posen una al costat de l'altra i es superposen en files en immensos magatzems. Arrenquen el pic a quasi totes les gallines ponedores per reduir les ferides que es produeixen picant-se entre elles quan, confinades, agafen claustrofòbia, s'avorreixen i es tornen agressives. Ponen més de 250 ous l'any. Després d'un any en la producció d'ous, o bé les obliguen a fer un altre cicle de posta d'ous o bé les maten. Les gallines ponedores en bateria solen acabar en productes carnis de baixa qualitat on es pot amagar la carn masegada als consumidors.

Més que a flor de pell. AVEDA, fabricant de productes cosmètics provinents de plantes, està tenint un gran èxit comercial i és famosa pel seu compromís amb el medi ambient i per l'ús d'ingredients orgànics. Es va fundar fa més de 20 anys i ha basat el seu èxit en els valors que ara definim com a sostenibles (no experimentar amb animals, no contenir espècies en perill d'extinció, etc.). Una altra empresa prou coneguda que ha tingut un èxit increïble en el mateix camp és THE BODY SHOP, tant famosa pels seus principis com pels seus productes.

La producció d'aliments ens afecta a tots. Podem optar per **refusar productes** que no hagin estat produïts d'una manera **humana**.

Escollir ous i carn **d'animals criats al camp, en llibertat** (busca productes certificats) és millor per a l'animal, però també per al consumidor: a vegades, la higiene i la qualitat de la carn i altres productes provinents de granges industrials poden ser baixes. Les crisis alimentàries com la malaltia de les vaques boges ens han fet ser molt més conscients del vincle entre les condicions higièniques i d'alimentació dels animals i la nostra pròpia salut.

Font: <http://planetvermont.com/pvq/v8n3/investing.html>

A sota: bossa de paper per la campanya de THE BODY SHOP contra l'experimentació amb animals.

Les empreses s'han donat que els consumidors volen evitar la crueltat innecessària: segons el FÒRUM D'INVERSIÓ SOCIAL, als EUA s'han invertit **66,6 mil milions** d'euros en empreses i organitzacions lliures de crueltats, i molts milers de milions més a Europa i altres països.



Campanya Contra l'experimentació en animals: ADDA, Ecologistas en Acción, SOS Animales y SPAP (Sociedad Protectora de Plantas y Animales de Madrid) estan duent a terme una campanya contra l'experimentació amb animals per a productes cosmètics. Si vols més informació i/o consultar la llista d'empreses que comercialitzen productes en el nostre mercat sense haver estat experimentat en animals consulta: http://www.spap.net/portal/camp/cosmetica_02.htm

Però si vols informar-te i participar en alguna altra campanya de defensa dels animals no dubtis en visitar la pàgina web d'ADDA Asociación para la Defensa de los Derechos del Animal www.addaong.org

GREFA: El Grup de Rehabilitació de la Fauna Autòctona i el seu Hàbitat (GREFA) aplega tots els Centres de Recuperació de fauna autòctona d'Espanya. En la seva pàgina web www.grefa.org podràs consultar els projectes de recuperació de fauna de tot l'estat, i hi trobaràs altres informacions útils com què fer si et trobes algun animal salvatge i on es troben els centres de recuperació de fauna de Catalunya.

Alguns d'ells, com el Centre de recuperació de Tortugues de l'Albera tenen un espai per acollir a les tortugues de florida, una espècie forana i molt agressiva que posa en perill les tortugues autòctones. Per això, és molt important no alliberar aquestes tortugues en el medi natural i dur-les al centre de recuperació de fauna. Per més informació: www.tortugues.org

Per saber més dels animals a la ciutat de Barcelona pots consultar: <http://webweb.imsb.bcn.es/>; i www.consellanimals.bcn.es

Ja l'any 1979, REVLON COSMETICS va ser una de les primeres grans empreses que va finançar la **recerca d'alternatives** a l'experimentació animal amb una donació de 750.000 dòlars a la ROCKEFELLER UNIVERSITY. Altres organitzacions com ara el JOHNS HOPKINS CENTER FOR ALTERNATIVES TO ANIMAL TESTING (CAAT), han iniciat els seus propis programes per trobar alternatives. L'experimentació amb animals encara preval a les grans empreses, però ara ja hi ha uns quants centenars d'empreses de productes de consum que no experimenten amb animals.

L'experimentació animal és un **tema controvertit**. Les opinions de la gent sobre l'experimentació en animals no són sempre clares i sovint depenen de percepcions individuals i experiències personals.

LA FORÇA DE LA DIVERSITAT

Els humans compartim aquest **planeta** com a mínim amb **15 milions** més d'espècies d'éssers vius. Totes les espècies tenen la seva funció en la creació i el manteniment dels complexos ecosistemes que sostenen totes les formes de vida, però la desaparició d'espècies té un ritme alarmant. L'actual ritme d'extinció no està ben definit, però els científics creuen que és entre **1.000 i 10.000** vegades més ràpid del que seria sense el desenvolupament industrial incontrolat.

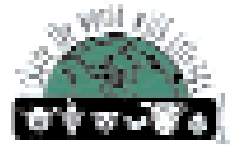
L'amenaça de l'extinció apareix per diversos motius interrelacionats. La **sobreexplotació** de plantes i animals i dels seus hàbitats, la **introducció d'espècies** foranes als ecosistemes, el canvi climàtic, la contaminació i la malaltia són tots factors que amenacen l'**equilibri** ecològic entre **espècies**.

De ratolins i de mones. El 1999, el *NEW SCIENTIST MAGAZINE* va encarregar a MORI que fes una enquesta a la Gran Bretanya (a gent de més de 15 anys) sobre l'experimentació animal. Els resultats van demostrar que les opinions no estan tan definides com ens podem pensar. Els punts de vista més crítics amb l'experimentació animal els sostenien els que ja havien firmat peticions, comprat productes no experimentats en animals o eren vegetarians. Més dones (71%) que homes (51%) estaven contra l'experimentació animal. La gent que havia pres medicaments (experimentats en animals) per a una malaltia greu era més tolerant amb l'experimentació animal (tot i que el 52% s'hi també s'hi oposava).

L'enquesta preguntava a la gent si aprovava els experiments animals, quan els animals patien, els provocaven dolor, malalties o es podien morir. Es van fer dos grups: als membres d'un se'ls deia que es farien servir ratolins; als de l'altre que es farien servir mones. Una majoria acceptaven que els ratolins patissin si això ajudava a combatre malalties molt greus. Els experiments en mones eren menys tolerats i només es consideraven justificables en el cas dels experiments per provar i desenvolupar medicaments per combatre la leucèmia infantil. La majoria d'anglesos van declarar-se en contra de les proves en micos per trobar una vacuna contra la SIDA, (en les que la malaltia i el patiment són probables).

L'experimentació animal encara està molt estesa perquè les alternatives (cultius de cèl·lules, l'ús de teixits placentaris o les simulacions per ordinador d'òrgans i cossos) són relativament noves, s'hi inverteix poc i no es consideren totalment fiables. Per a l'article sencer vegeu: www.newscientist.com/hottopics/animalexperiments/letthe.jsp

Per una llista d'aquestes empreses visiteu:
<http://www.allforanimals.com/main1.htm> o www.ifaw.org/ifaw/general/ o www.naturewatch.org per a més informació sobre els productes produïts sense experimentació amb animals.



Vegeu
<http://www.iucn.org/redlist/2000/index.html>
i <http://www.iucn.org/bil/bioloss.html>

Quan les espècies s'estableixen a fora dels seus hàbitats naturals després d'una introducció deliberada o accidental per part dels éssers humans.

A Barcelona la proliferació de tortugues de florida i el cranc americà en estanys de la ciutat posa en perill el delicat ecosistema urbà.

Aprende a comprar amb ètica. Per orientar-te en les teves decisions a l'hora de comprar –tant a casa com a l'estranger– WWF ha obert una botiga turística i una farmàcia virtuals. Fes-hi una ullada i clica els diversos productes que s'hi venen. Trobar-los al món real t'hauria de fer sospitar: www.worldwildlife.org/buyereware



Atrapats. Els pescadors de tonyina de la zona tropical de l'est del Pacífic van descobrir que tirar les xarxes als dofins per pescar les tonyines que neden a sota era una tècnica lucrativa per pescar tonyines, tot i que és una pràctica extremament perjudicial per als dofins. Durant els últims 40 anys han mort 7 milions de dofins per causa d'aquesta pràctica.

El 1990, l'etiqueta 'dolphin-safe' de les tonyines es va introduir a Amèrica, per garantir que la tonyina pescada tirant xarxes als dofins intencionadament no es pugui etiquetar i vendre's als EUA com a 'dolphin-safe'.

El programa 'dolphin-safe' és una de les moltes estipulacions de l'ACTA DE PROTECCIÓ DELS MAMÍFERS MARINS de 1990. Des de l'aplicació d'aquestes estipulacions, les morts de dofins s'han reduït un 97% (www.savedolphins.org)

Per saber-ne més, visita:
www.traffic.org/news/salaw
www.cites.org

Time Europe, 17 d'abril de 2000
Vol.155 No.15.

Per a informació sobre aquestes i altres espècies vegeu els següents llocs web:
www.eia-international.org/cgi/reports/reports.cgi?a=49&t=template.htm
www.ecocrimes.org/peril.html
www.eia-international.org/Campaigns/Elephants/Updates/t0000053
www.savedolphins.org

La diversitat és un recurs valuós: la interconnexió i la interdependència de les diverses espècies requereix una gestió prudent. Prop d'un **30%** de totes les medicines que es troben a les farmàcies s'han fet a partir de plantes i animals silvestres. Molts viuen en ecosistemes únics i, malauradament, amenaçats. Conservar la biodiversitat és important a molts **nivells**: paradoxalment, les zones del món amb una biodiversitat **més rica** també solen tenir les poblacions **més pobres** del món. El repte d'aquest segle és **preservar** la biodiversitat i **eliminar** la pobresa.

Un pas en la bona direcció és que els millors científics del món han elaborat una CONVENCIÓ SOBRE LA DIVERSITAT BIOLÒGICA (CBD), que opta per un enfocament holístic i que ha estat ratificada per 180 països. La convenció demana la cooperació internacional per conservar la diversitat biològica, utilitzar els recursos biològics d'una manera sostenible i procurar que els beneficis provinents del seu ús es reparteixin equitativament.

Una gestió eficient dels recursos implica **repensar** molts sectors de l'activitat humana com ara l'agricultura, la pesca, el turisme, l'educació i la sanitat. Protegir la biodiversitat promou societats sostenibles, sobretot entre els **pobles indígenes**, que són els que coneixen millor els ecosistemes que els envolten.

Limitar el comerç d'animals i plantes és una manera de protegir les espècies. El CONVENI INTERNACIONAL SOBRE EL COMERÇ D'ESPÈCIES AMENAÇADES O EN PERILL D'EXTINCIÓ (CITES) vol assegurar que el tràfic de plantes i animals salvatges no suposi una amenaça per a la seva supervivència. Només el tràfic de **drogues** i d'**armes** supera el **comerç il·legal d'animals i plantes** a nivell mundial. La demanda d'animals de companyia, menjars, curiositats i medicines exòtiques com ara l'os de tigre i la banya de rinoceront, alimenta aquest comerç i extingeix les poblacions.

Hi ha algunes històries amb final feliç en què s'ha **evitat** l'extinció o el declivi de l'espècie: el rinoceront negre i l'elefant africà en són dos exemples prou coneguts. Entre 1979-1989, els furtius van fer que es reduís la població d'elefant africà de 1,3 milions a 625.000 exemplars, però després d'una acció conjunta del govern i un grup de protecció de la fauna, el nombre d'elefants està tornant a augmentar. Tanmateix, moltes espècies continuen estant **amenaçades**.



Actua

Al consumidor del 2025 el
 qualificaria de tres maneres: més
 exigent, més savi i més preocupat.

(Mike Clasper, Procter & Gamble
 Europa)



Tothom compra i per això les compres s'han convertit en **un gran negoci**. La globalització, la difusió de nous mitjans de comunicació i l'augment de l'accés a la informació, han contribuït a que prenguem consciència de les conseqüències ambientals, socials i econòmiques del que comprem.

Com a consumidors, hem començat a veure que aquestes qüestions tenen un impacte directe sobre nosaltres mateixos i ara demanem més informació. És important que tots els consumidors **tinguem prou informació** sobre els productes que comprem.

A la Unió Europea (UE) i en altres països, els governs estan fent grans esforços per atendre les demandes d'informació al consumidor sobre els aspectes ambientals o de salut de productes i serveis.

L'ús d'etiquetes és una de les eines més comuns que tenen els governs per dotar els consumidors d'informació segura i clara sobre les característiques ecològiques i ètiques d'un producte. Però ves amb compte! Només algunes de les etiquetes són

Segons les estadístiques hi ha 1,5 m² de centre comercial per cada estatunidenc. El major centre comercial, Ontario Mills –prop de Los Ángeles– té la mida de 34 camps de futbol.

El 1999 hi havia a Catalunya 0.05 m² de superfície comercial per català/na, o el que és el mateix, una superfície una mica menys gran que un Din A4.

Actua! Participa al SC_net fòrum de debat per Internet de l'UNEP sobre Consum Sostenible . Envia les teves preguntes i comparteix experiències i idees: sc@unep.fr

A Catalunya comptem amb organismes independents com l'OCUC, l'Organització de Consumidors i Usuaris de Catalunya (www.ocuc.org), o oficials com l'Institut Català del Consum (www.icconsum.org) que vetllen pels drets dels consumidors/res. A més a molts municipis es pot trobar informació a les Oficines Municipal dels Consumidors.

Per a més informació: "Guia de l'Alimentació sostenible" Guia d'Educació Ambiental, 18; 2004. Ajuntament de Barcelona



Etiquetes ecològiques

(d'entre les reconegudes pels governs)

- 1 Àngel Blau (Alemanya)
- 2 Etiqueta Ecològica Europea
- 3 Green Seal (EUA)
- 4 Terra Choice (Canadà)
- 5 China Environmental Labelling
- 6 Japan
- 7 Signe Blanc (Consell Nòrdic)
- 8 Austria
- 9 Taiwan
- 10 India
- 11 Israel
- 12 Miljeukeur (Països Baixos)
- 13 Environment 2000 (Zimbabwe)
- 14 Corea del Sud
- 15 Aenor (Espanya)
- 16 Green Label Tailàndia
- 17 Green Label (Hong Kong)
- 18 DGQA
www.gencat.net/mediamb/qamb/inici.htm
- 19 CCPAE
www.ccpae.org

**Millors Bananes.**

L'any 2000, la CHIQUITA BRANDS INTERNATIONAL va rebre la certificació Better Banana per totes les seves 127 explotacions d'Amèrica Llatina. En una època en què l'opinió pública vigila les empreses bananeres quant a qüestions d'equitat, aquesta és l'única empresa sectorial global que compleix les estrictes normes socials i ambientals del RAINFOREST ALLIANCE'S BETTER BANANA PROJECT. Les bananes certificades Chiquita suposen un 15% del total d'exportacions de banana d'Amèrica Llatina. Actualment, les bananes certificades suposen més del 90% de volum total de Chiquita a Europa i aproximadament les dues terceres parts del seu volum a Amèrica del Nord. (<http://www.greenmoneyjournal.com/article.mpl?newsletterid=11&articleid=83>)

**Passos endavant**

Tu decideixes com et gastes els teus diners. Escull marques ecològiques i sostenibles i envia així un potent missatge als supermercats i minoristes. Alguns suggeriments:

- **Pensa** abans de comprar. Pensa què necessites, no què vols.
- Llegeix les **etiquetes**: si no et donen informació prou clara, no tinguis por de preguntar.
- Tria productes i serveis **etiquetats com a ecològics i ètics**.
- Compra béns de consum **estacionals i de producció local** sempre que sigui possible.
- Escull productes que continguin un percentatge important de materials **reciclatos**, o components **re-manufacturats**, o que siguin fàcilment **tractables i/o reciclables**.
- **Compra directament**. Si tens accés a Internet, compra "virtualment" sempre que sigui possible i redueix així el transport i la contaminació que produeix. Si s'usa de manera intel·ligent, l'Internet pot contribuir a

reconegudes oficialment pels governs i responen a criteris rigorosos i auditable. Entre les més conegudes hi ha l'**Etiqueta Ecològica de la UE**, l'alemanya **Àngel Blau**, el **Cigne Blanc** i la francesa AB (agricultura ecològica).

Als EUA, s'usa el sistema **Energy Star** per informar els consumidors sobre l'eficiència energètica de les TICs. Actualment, aquest sistema s'està adoptant a la UE.

Les empreses i els governs estan **cada cop més subjectes a l'escrutini** dels ciutadans. Com més gent exigeixi a les empreses que orientin cap a sostenibilitat els seus productes i els seus mètodes de marketing, és més probable que canviïn. Si els productors volen conservar **la confiança dels consumidors**, hauran de demostrar que estan pendents de les seves necessitats i preocupacions.

INVERSIONS COMPROMESSES

Quan planifiquem el futur, podem fer alguns passos per assegurar-nos que les **inversions** o les opcions d'**estalvi** fomenten estils de vida més responsables. Si ho fa prou gent, es pot pressionar les empreses i institucions per tal que adquireixin una **responsabilitat corporativa** més activa.

Les empreses amb polítiques responsables poden obrir camí **amb l'exemple**: les altres el seguiran després d'haver vist que és possible fer diners i treballar pel canvi.

Un segment ampli i creixent de la ciutadania, tant des de l'àmbit individual com de l'institucional, inverteix èticament. Aquestes persones demanen que les inversions produeixin alguna cosa més que beneficis i volen que les empreses es comportin amb responsabilitat. Hi ha moltes possibilitats d'inversió sostenible. Comprar accions a empreses compromeses n'és una; d'altres poden ser invertir en **valors i fons de pensions** ètics, o en **iniciatives comunitàries**.

Els fons ètics també ofereixen l'oportunitat de resoldre **les necessitats** tant **globals** com **locals**. En analitzar el capital essencial cap a l'àmbit rural, emprenedors de tot el món poden tenir l'oportunitat de disposar de **microcrèdits** i crear petites empreses. Aquests programes capaciten la gent per fer front a dificultats econòmiques i socials.

Per a més informació, visita la pàgina web de la COMISSIÓ EUROPEA: <http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index.htm>

Vegeu la pàgina 27.

Tecnologies de la Informació i les Comunicacions.



Per ampliar la informació sobre finances ètiques i sobre empreses que s'impliquen en activitats social i ambientalment responsables: www.cool-companies.org/; <http://www.oneworld.org/guides/ethcons/front.shtml>; <http://www.co-operativebank.co.uk/ethics/index.htm>; http://www.ethicalconsumer.org/magazine/indexes/companies_index.htm

Els programes de microcrèdit ofereixen préstecs petits a persones molt pobres per a projectes d'autoocupació que generin ingressos que els permetin tenir cura d'elles mateixes i de les seves famílies. Font: CIMERA DEL MICROCRÈDIT: <http://www.gdrc.org/icm>

Iniciatives de finançament ètic i solidari:

Cada vegada hi ha més opcions per invertir èticament. Les iniciatives de finançament ètic donen amb els nostres diners crèdits per a iniciatives d'integració social, energies renovables, agricultura ecològica, Comerç Just o projectes de desenvolupament.

Informació bàsica i adreces de contacte per alguns dels fons ètics, com són COOP57, Oikocredit Catalunya i el Fondo Ético FIM trobeu a la pàgina web de la Iniciativa FETS (Finançament Ètic i Solidari): www.fets.org La banca Triodos, pionera en inversions en el sector social, ambiental i cultural, es va crear l'any 1980 a Holanda, i des de fa uns mesos ofereix dipòsits d'estalvi a Espanya. Més informació: www.triodos.es

Des de finals del 2003 el Banc Sabadell ofereix un fons de pensions ètic i solidari, com a iniciativa conjunta amb Intermón Oxfam, i amb suport d'ESADE. www.bancsabadell.com



Youthxchange.net
/best-practices

Si vols conèixer l'estat de la Responsabilitat Social Corporativa a Espanya visita la pàgina web de la Fundació Ecología y Desarrollo www.ecodes.org.

INSTITUCIONS FINANCERES INTERNACIONALS (IFIs). Les AGÈNCIES DE CRÈDIT PER A L'EXPORTACIÓ (ECAs) són instruments dels governs nacionals que usen diner públic per donar finançament, avals i assegurances al sector privat. Faciliten les inversions de les empreses en mercats de risc estrangers perquè absorbeixen la major part del risc associat a aquestes inversions. Les ECAs van ser creades per fomentar les exportacions.

Actualment, el Canadà i els EUA s'oposen a algunes d'aquestes recomanacions.

Els governs també poden prendre la iniciativa en el camp de les inversions ètiques mitjançant les seves decisions d'inversió i finançament multilaterals i internacionals. S'estan fent esforços d'àmbit internacional, per exemple, amb l'objectiu de promoure l'energia renovable mitjançant **un augment de les inversions** a través de la reforma de les IFIs i les ACÉs. El Grup de Treball per a l'Energia Renovable del G8 (G8 RENEWABLE ENERGY TASK FORCE), creat a la cimera del G8 a Okinawa (juliol de 2000), va formular accions clau en aquesta àrea.

Què hauria de tenir en compte **l'inversor/a ètic/a** abans de decidir on posar els seus diners? Aquí tenim algunes pistes:

- Què fa l'empresa?
- Quin és l'historial de l'empresa quant als temes de medi ambient i de polítiques socials? Utilitza energia alternativa?
- Dóna informació de l'impacte ambiental del seus productes del naixement a la tomba?
- Quin és l'historial de contractació de l'empresa? (dones, minories, flexibilitat d'horari, mitja jornada, etc.)
- Participa l'empresa en projectes i iniciatives de la comunitat local?

La necessitat de coherència. *Les ECAs són un exemple de les contradiccions en la manera d'utilitzar el diner públic. Cada any, dues agències de crèdit per a l'exportació dels EUA –EXPORT IMPORT BANK (EX-IM) i OVERSEAS PRIVATE INVESTMENT CORPORATION (OPIC)– subvencionen projectes de combustibles fòssils a països en vies de desenvolupament i en economies en transició. Aquestes inversions representen gairebé les dues terceres parts del total anual d'emissions procedents dels EUA. Al mateix temps, es fa gran publicitat de projectes més sostenibles però molt menys subvencionats per demostrar el compromís ambiental d'aquests països. Des de la CIMERA DE LA TERRA de 1992, les dues ECAs han gastat 62 vegades més en projectes de combustibles fòssils que en projectes d'energies renovables. (Estudi realitzat per l'INSTITUTE FOR POLICY STUDIES: http://www.seen.org/pages/reports/WB_brief_0903.shtml)*

Per llegir un informe recent sobre l'OPIC i l'Ex-Im, realitzat amb els Amics de la Terra, visita: http://www.seen.org/pages/reports/exim_opic_summary.pdf



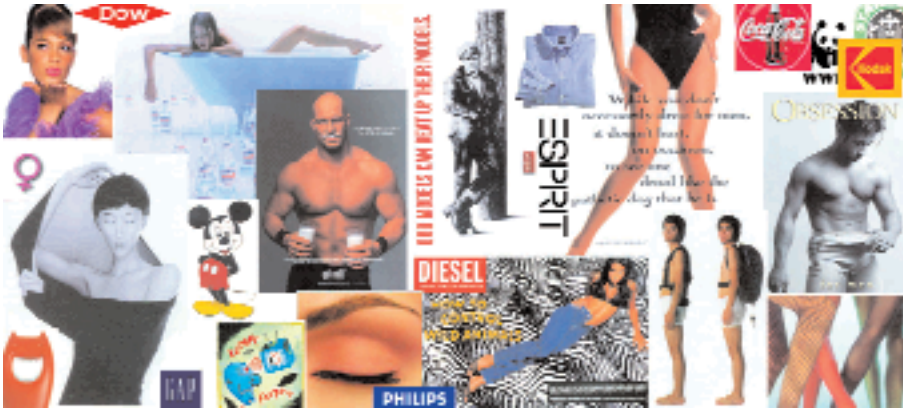
Microcrèdits per als joves. *La UNESCO ha iniciat diversos projectes als barris pobres de Dhaka, la capital de Bangladesh. Un d'aquests projectes és NARI MAITREE (l'aliança de les dones), que ha ajudat 300 adolescents a fer cursos d'aprenentatge i a obtenir microfinançaments. Aquestes adolescents "representen el sector més vulnerable de la població", subratlla Sayeeda Rahman, "perquè estan amenaçades per matrimonis forçats, l'abús sexual i la prostitució. En muntar el seu petit negoci, poden guanyar diners i convertir-se en persones valorades per les seves famílies. Un bon exemple és el cas de dues noies que van aprendre a conduir escúters per portar només nenes i dones a l'escola cada matí. I la gent ho va acceptar, un signe que les actituds han canviat". (Revista Sources de la UNESCO, juny de 1999. Secció: Joves)*

El Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES), creat a ESADE al 2000 es dedica a la investigació i la divulgació de l'ètica empresarial i la responsabilitat social de les empreses. A l'Institut s'ha creat l'Observatori dels fons d'inversió ètics, ecològics i solidaris a Espanya per valorar i acreditar les activitats

empresarials des de la perspectiva de la responsabilitat social. Per més informació sobre el tema consulta: Observatorio de los fondos de inversión éticos, ecológicos y solidarios en España 2001. Instituto Persona, Empresa y Sociedad de ESADE. Ed. Esade



Descobreix l'aldea global



"Fem que els pobles del futur visquin en la nostra imaginació perquè potser, algun dia, puguem viure en aquests pobles"

(Mahatma Gandhi)

Els joves d'avui dia solen viure en un entorn amb molts mitjans de comunicació i els arriba una **allau sense precedents** d'imatges i de dades de moltes fonts diferents. Els inunden d'informació sobre política i notícies d'actualitat, música, ciència, moda, els famosos del moment i molts altres temes i qüestions. Els nens creixen en una cultura en què la major part de la informació i l'entreteniment provenen dels **mitjans de comunicació**: diaris, ràdios, revistes, pel·lícules, Internet o la televisió.

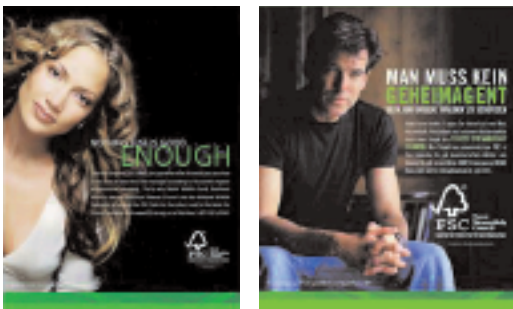
Com funcionen aquests mitjans de comunicació? Com s'organitzen, i com construeixen la realitat? El **coneixement dels mitjans de comunicació** ens ajuda a desenvolupar una comprensió crítica d'aquests, de les tècniques que utilitzen els professionals dels mitjans, i de l'impacte que tenen. En altres paraules, permet als joves prendre les seves pròpies decisions d'una manera més fonamentada.

A més, aquest coneixement pot ajudar els joves a reaccionar contra la poderosa **influència** que tenen els mitjans de comunicació sobre els seus hàbits de consum i els seus desigs. També els ensenya a 'utilitzar' els mitjans de comunicació per 'fer soroll' i promoure nous valors i un estil de vida més sostenible. És a dir: els seus **drets** com a ciutadans i consumidors.

Als EUA, només un 10% del temps que els infants dediquen a mirar la televisió se'ls passen mirant programes infantils. L'altre 90% del temps, miren programes per a adults.

El 35% dels adolescents tenen un televisor a la seva habitació i mengen tot sols a davant de la pantalla.

Font: US NATIONAL ASSOCIATION FOR EDUCATION OF YOUNG CHILDREN; L'Espresso, 27 de setembre de 2001, p.104.



L'UNEP treballa amb el sector publicitari per 'explotar' la seva capacitat de promoure uns estils de vida més sostenibles. Per a més informació:
www.unepite.org/sustain/advertisin g/advertising

LA PUBLICITAT

Alguns anuncis estan **dirigits** específicament als joves. Utilitzen un llenguatge, unes imatges i uns missatges que atreuen als adolescents, però que potser no tenen el mateix atractiu pels seus pares (per exemple: anuncis de vídeojocs, menjar ràpid o música).

En el "Llibre Blanc: L'Educació en l'entorn audiovisual", informe elaborat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), s'exposa que els nens i nenes catalans passen més hores davant la televisió o l'ordinador, 30 hores setmanals, que a l'escola. A més, cada cop disposen més de televisió a la seva habitació, pel qual és més difícil controlar el temps o el contingut del que miren. L'estudi també posa de manifest que els nens miren la televisió de nit, quan el contingut dels programes no és l'adequat pel públic infantil.

Font: Llibre Blanc: L'Educació en l'entorn audiovisual
<http://www.audiovisualcat.net/publi cacions/lbe.html>

Volent que la gent comenci a usar els seus productes quan és jove i que els continuï usant tota la vida.

Tot i això a Espanya hi ha un codi deontològic per la publicitat infantil de 1993 que es pot consultar a www.autocontrol.es/data/pdfs/c od0005.pdf, però també s'han registrat els incompliments d'aquest codi. veure: Opcions nº 5

De fet, els adolescents són un objectiu important per als publicistes perquè les empreses necessiten fomentar la fidelitat a la marca.

Sovint, la publicitat transmet missatges simplificats utilitzant estereotips. Així, per exemple, els publicistes creen campanyes dirigides a les noies i campanyes dirigides als nois. Sovint, un anunci et diu si un producte és 'masculí' o 'femení', encara que el producte el puguin utilitzar tots dos sexes.

Un **estereotip** confirma de manera rígida la creença que si ets home o dona (o blanc o negre, o heterosexual o homosexual), t'has d'adaptar a uns **rols determinats**. Aquesta creença ens nega les opcions personals pròpies a l'hora de determinar els nostres interessos i desenvolupar les nostres habilitats.

No ens hem de conformar i acceptar tots els missatges que els mitjans (sobretot la publicitat) ens transmeten. Podem **'replicar'** i expressar les nostres opinions.

Els estereotips culturals i de classe també són presents a la **televisió**. Sovint, les minories es retraten amb estereotips i rarament se les mostra com si fossin tan poderoses o tan riques com la majoria. A més, normalment, els programes de televisió els veu un **públic** que no pertany al grup al qual van dirigits.

La canalla veu programes que contenen 'ingredients' habituals com la violència, el sexe, el trauma social, etc., quan no tenen prou **maduresa emocional** ni capacitat crítica per assimilar-los. Un adult pot analitzar, els nens tendeixen a absorbir. Els infants que veuen molts programes violents solen ser partidaris d'utilitzar l'agressió per resoldre els conflictes.

La violència a la pantalla pot afectar molt, però altres missatges **més subtils** fins i tot poden influir la gent jove per a tota la vida. Si es repeteixen incessantment, sovint arriben a canviar estils de vida, per exemple promovent el consum excessiu o fomentant els **desordres alimentaris**.

*El 1999 es van retirar els anuncis de **Calvin Klein** perquè els consumidors es van queixar que sexualitzaven els infants.*

*Els cigarrets **Camel** van haver de deixar d'utilitzar el personatge de 'Joe Camel' als anuncis gràcies a les queixes dels consumidors que deien que anaven dirigits als nens.*

www.media-awareness.ca

Fundada el 1995 i amb seu als EUA, la JUST THINK FOUNDATION, fa cursos de formació sobre els mitjans de comunicació a gent jove de tot el món. La JUST THINK ha llançat una nova i important iniciativa per tractar específicament la qüestió de la imatge corporal entre les noies: www.justthink.org/sweetwater/bip

Un pes excessiu... Aclaparades pels mitjans de comunicació amb imatges de models primes, les nenes s'han arribat a creure que estar primes és la clau per ser estimades i acceptades. Actualment, les nenes es preocupen pel pes a partir dels vuit anys; un 80% de les nenes de nou anys fa règim.

Els desordres alimentaris han augmentat un 400% des de 1970. Un 20% de les universitàries pateixen anorèxia i el comportament autodestructiu entre les noies de secundària ha assolit proporcions epidèmiques.

A Catalunya hi ha 36.400 persones afectades d'anorèxia o bulímia de les quals 8.000 són noies i 800 són nois d'entre 12 i 18 anys. Per més informació: Associació contra l'anorèxia i la bulímia <http://www.acab.org/>

ÍDOLS I AUDIÈNCIES

Tanmateix, a vegades, els actors, models i esportistes ofereixen uns **models de rols positius**. Els mitjans de comunicació actuen com a **catalitzador** que desperta la consciència i capta l'atenció d'una immensa audiència jove.

La música –un **llenguatge universal** per definició–, probablement és un dels mitjans més efectius a l'hora de transmetre missatges socials importants. Exemples? L'organització i difusió d'actes i productes com LIVE AID, FARM AID, AMNESTY INTERNATIONAL TOUR, OUR COMMON FUTURE, GREENPEACE ALBUM, etc. Aquests esdeveniments també donen sentit a la participació de l'audiència. Gaudir d'una actuació esdevé un gest de solidaritat política o humanitària.

Avui dia, els joves se senten còmodes amb els mitjans de comunicació. Hi ha milers de llocs webs dirigits a i per joves. El seu **compromís** a l'hora de promoure causes sovint complexes (com els drets humans i el medi ambient) demostra la seva capacitat no només de treure partit dels mitjans de comunicació sinó també **el seu talent** per crear projectes sostenibles.

Diversió seriosa. *ADBUSTERS "caça-anuncis" és una organització sense ànim de lucre amb seu al Canadà que produeix una revista i un lloc web dedicats a analitzar la relació entre els "éssers humans i el seu entorn físic i mental". 'Agitadors culturals' amb un estil propi, intenten donar un altre punt de vista sobre la vida i els nostres hàbits diaris. Animant la gent a qüestionar els mitjans de comunicació, assenyalen els missatges obvis i els amagats que es transmeten i que sovint s'assumeixen com a vertaders sense qüestionar-los.*

Per mitjà de les seves paròdies d'anuncis famosos i amb les campanyes anuals com el "Buy Nothing Day" ('el dia de no comprar res') i la 'TV Turn Off Week' ('la setmana d'apagar el televisor'), obliguen la gent a repensar les seves prioritats i els seus estils de vida a més de fomentar la conscienciació sobre diversos temes (la desigualtat, el consum excessiu, la manipulació dels mitjans de comunicació, etc.). Tot i que hi ha gent que no aprova les seves tàctiques, Adbusters és una organització vital i creativa que té un talent particular: utilitza les mateixes tècniques que la indústria publicitària per qüestionar el paper i la influència dels mitjans de comunicació. Aquest és un exemple clar del poder d'un grup actiu i que treballa des d'Internet. (www.adbusters.org)



Youthxchange.net
/cleaning-up-your-fun



www.consumehastamorir.com és una pàgina web d'Ecologistas en Acción on, de manera irònica i a través de paròdies d'anuncis, es critica el consumisme amb l'objectiu últim de promoure un consum més responsable, crític i sostenible... no us la perdeu.

Treballa en xarxa: instruccions d'ús



"El servei als altres és el lloguer que pagues per habitar la terra"

(Muhammad Ali, campió mundial de boxa)

L'any 2000, el 90% del tràfic d'Internet va tenir lloc entre dotze països (Tomorrow, Set.-Oct. de 2000).

Internet és cada cop més important com a eina de comunicació i **portal d'accés** a la informació. Tot i que com a fenomen global encara és limitat, és el mitjà del futur que millor s'adapta a les aptituds i el talent dels joves d'avui dia. Internet és també un **'llenguatge'** que un creixent nombre de joves utilitza amb fluïdesa.

Si bé aquesta Guia exposa una breu perspectiva general sobre els temes i reptes del Consum Sostenible, al lloc web de YOUTHXCHANGE podràs examinar la qüestió amb més profunditat. Aquest conjunt d'eines ha estat dissenyat tenint en compte educadors i estudiants.

S'usen temes populars com la música, la moda, el cinema, els esports o els nous mitjans de comunicació, per **estimular** els debats. **Les icones** tenen un paper clau per facilitar la navegació a través del lloc web, complementant un llenguatge clar, senzill i directe de textos breus.

Per què Internet? Les noves tecnologies complementen però no substitueixen les eines educatives tradicionals. Si s'apliquen a l'educació i s'usen com a mitjà i no com a fi, poden oferir estupendes perspectives. Internet podria produir un **efecte de bola de neu** multiplicant els resultats positius de l'aprenentatge per a tots els involucrats: educadors, joves, institucions, empreses i ONGs.

L'intercanvi d'experiències mentre **treballem en xarxa** tindrà el valor afegit d'encoratjar la implicació directa i activa en la promoció d'estils de vida sostenibles. El lloc web de YOUTHXCHANGE atraurà i retindrà l'atenció dels usuaris estimulants-los la creativitat i permetent-los escollir com i què aprendre. Com a punt de partida s'utilitzen **exemples** reals per destacar diversos productes i serveis, iniciatives, dades i xifres, i estudis de casos concrets.

L'Agenda 21 de Barcelona ha possibilitat la creació d'una xarxa ciutadana d'actors per la sostenibilitat, per crear vincles, intercanviar experiències i projectar accions en cooperació entre les associacions, els organismes i les institucions signants del "Compromís Ciutadà per la Sostenibilitat". Per a més informació www.bcn.es/agenda21



El nostre lloc web –www.youthxchange.net– està estructurat de la següent manera:

- **Un espai per a l'educador:** Els continguts del lloc s'expliquen apartat per apartat. Es remarca el potencial educatiu de cadascun. Dóna consells pràctics a l'educador per desenvolupar i continuar investigant els temes esmentats en aquesta guia.
- **10 botons bàsics:** Una eina horitzontal de navegació que condueix tant l'educador com l'usuari a través de la perspectiva de les **CARÈNCIES I NECESSITATS** dels adults joves. També et guia en el viatge cap a la 'comunitat sostenible'.
- **Atlas de dades i xifres:** Un atlas interactiu, imaginatiu i molt visual que aporta dades claus sobre patrons de consum del passat, el present i el futur, de manera que la distribució del consum queda situada en el context global.
- **Les millors pràctiques:** Què pot fer algú que es vulgui convertir en un consumidor més responsable? Quines polítiques, iniciatives, productes i serveis té a l'abast? És fàcil? Què fan altres actors com els governs locals i nacionals, les ONGs, les organitzacions i institucions internacionals, etc.? Quan visita la Botiga Sostenible (SUSTAINABLE DEPARTMENT STORE), l'usuari descobreix com traduir la presa de consciència en acció.
- **Proves i jocs:** Posa a prova els coneixements i conscienciació creixents de l'usuari sobre el Consum Sostenible. S'exploren temes complexos i més horitzontals com l'estalvi d'energia, l'aigua i la nutrició, de manera entretinguda.
- **Bossa de treball:** Organitzada com a oficina de contractació virtual amb una selecció de referències de gent jove, l'usuari descobreix com l'acció pot aconseguir el canvi. L'apartat mostra als usuaris que és possible aconseguir l'èxit professional vinculant ocupació, viatges i treball voluntari als principis del Consum Sostenible.
- **Preguntes freqüents:** S'hi responen les preguntes més freqüents dels usuaris. Assabenta't de com funciona el projecte YOUTHXCHANGE; consulta termes i conceptes, troba més informació. Aquest apartat promou el valor de fer preguntes.
- **Enllaços:** Una llista de llocs web interessants, organitzats temàticament d'acord amb les seccions de la guia. Amb l'objectiu que la navegació per la xarxa sigui divertida i alhora productiva, es descriu breument i s'avalua cada lloc web.



Recursos

Llocs web, llibres, etc. mencionats a la Guia.

Què és el consum sostenible?

- Brundtland Gro Harlem et al., *Brundtland Report. Our Common Future*, WCED, New York-Oxford, Oxford University Press, 1987
- UNEP, *Youth and Sustainable Consumption*, Nairobi/París, October 1999
- Weizsäcker Ernst von, Amory B Lovins and L Hunter Lovins. *Factor Four: Doubling Wealth, Halving resource use*, London, Earthscan, 1998
- www.factor10-institute.org
- www.unesco.org/education/
- www.uneptie.org/sustain
- Centre de Recursos Barcelona Sostenible
- C/Nil Fabra, 20 baixos 08012 Barcelona
- Tel. 93 237 47 43
- Fax. 93237 08 94
- recursos@mail.bcn.es
- www.bcn.es/agenda21/crbs/
- http://cric.pangea.org/opcions

El projecte YOUTHXCHANGE

- www.uneptie.org/youth_survey
- Population Reference Bureau, *The World's Youth 2000*, www.prb.org
- www.youthxchange.net

Un estil de vida més sostenible

- Human Development Report 1998, *Consumption for Human Development*, www.undp.org/reports/global/1998/en
- WWF Publications: *Living Planet Report 2002*
- www.panda.org/news_facts/publications/general/livingplanet/index.cfm
- Vidal John, "Scandal of the food Britain throws away", *The Guardian*, 4 Abril 2000.
- www.debtwatch.org/ca/observatoriis.deco
- Relea, F. i Prat, A "La petjada ecològica de Barcelona" Ajuntament de Barcelona1998

Cuida't

- Sustainable Agriculture Food and Environment Alliance, www.sustainweb.org/chain_fm_index.asp
- www.greenpeace.org/espana_es/campaigns/intro?campaign_id=159562
- http://news.bbc.co.uk/1/hi/health/147663.stm
- www.sinfronteras.org/naturalmente/nutricion/conservantes.html
- www.chem.uneptie.org/pops/
- www.pmac.net/pestuse.htm
- www.ianr.unl.edu/
- www.agrariamanresa.org/mercato/consum
- Opcions nº 2 i nº 6, http://cric.pangea.org/opcions

Distàncies curtes

- World Business Council for Sustainable Development, www.wbcsdmobility.org
- *Standard's and Poor's DRI, World Car Industry Forecast Report*, Londres 2000
- www.carbusters.ecn.cz
- Clayton Caroline, *Dirty Planet: the Friends of the Earth Guide to pollution and what you can do about it*, Londres, Livewire Books, 2000
- www.eltis.org
- US General Accounting Office, Washington 2000. www.wri.org/wri/clipmate/jm_oil_003.html

- Associació per la promoció del transport públic: www.laptp.org/carsharing
- Amics de la Bici: www.amicsdelabici.org
- BACC, Bicicleta Club de Catalunya: www.bacc.info/
- CJB Consell de la Joventut de Barcelona: www.cjb.org
- Autoritat del Transport Metropolità: www.atm-transmet.es
- www.bcn.es/apeu/
- *La mobilitat sostenible* Guies d'Educació Ambiental 3. Direcció d'Educació Ambiental i Participació, Ajuntament de Barcelona.
- *En moto mou-te B* Guies d'Educació Ambiental 12. Direcció d'Educació Ambiental i Participació, Ajuntament de Barcelona.

Distàncies llargues

- www.uneptie.org/pc/tourism/sustourism
- www.world-tourism.org
- www.wttc.org
- www.ecotourism.org
- www.greenglobe21.com
- www.responsibletravel.com
- www.toinitiative.org/good_practices
- www.medforum.org/ulixes21
- www.uneptie.org/tourism
- www.sierraclub.org
- www.turismerrural.com
- www.ecoagrturismo.com
- www.ecoturismecatalunya.com
- www.turismetotal.org
- www.tujuca.com
- ACASC acasc@infonegocios.com
- Xarxa de consum solidari: www.xarxaconsum.org
- Sodepau: www.sodepau.org

Redueix els residus

- www.europa.eu.int/comm/environment/waste/index.htm
- www.unep.org/children_youth/homepage_files/youth/ind.htm
- www.pangea.org/opcions
- www.svtc.org/
- www.o2.org
- www.smartarch.nl
- www.cfd.rmit.edu.au/dfe/cfd_2_5.html
- www.junres.es/ccr/reciclatge/disseny
- *Ecoproductes a la Lar* Guies d'Educació Ambiental nº16, 2003
- Barcelona. Direcció d'Educació Ambiental i Participació. Ajuntament de Barcelona.
- www.reciclapapel.org
- www.wastewatch.org.uk
- www.recycle.net
- www.recycledproducts.org.uk/buy-recycled/glossary.htm
- www.press.ce.phillips.com/press/ifa2003/documents535.html
- www.atimes.com/china/AH17Ad02.html
- http://obrasocial.caixacatalunya.es
- www.genab.org
- *Festes més sostenibles*, guia d'Educació ambiental i participació. Ajuntament de Barcelona
- Revista EIMA n3 Abril 2001
- www.tragamovil.com
- www.pulgamix.com
- www.bookcrossing-spain.com
- *Propostes senzilles per reduir els residus* guia d'Educació ambiental 4. Direcció d'Educació ambiental i participació. Ajuntament de Barcelona. 2000

Optimitza l'energia

- World Resources Institute: http://earthtrends.wri.org
- Clayton Caroline, *Dirty Planet, op.cit.*
- www.fuelcellpark.com/
- www.eccj.or.jp
- www.energiasostenible.org/ecoserver/ise/ead
- *Aprendre del Prestige* guia d'Educació ambiental 17. Direcció d'Educació ambiental i participació. Ajuntament de Barcelona 2002
- www.eu-greenlight.org

- http://europa.eu.int/comm/research/eesd/leaflets/en/keyact05.html
- www.soldardome.com/;
- www.solarnow.org/glossary;
- http://solstice.crest.org/efficiency/index.html
- www.eren.doe.gov/
- www.npower.com/juice
- www.electranorte.es
- www.energystar.gov/
- www.aperca.org
- *Guia per a l'estalvi energètic* guia d'Educació ambiental 13. Direcció d'Educació ambiental i participació. Ajuntament de Barcelona

Prediu el temps

- www.ipcc.ch/
- www.unfccc.int
- www.grida.no/climate/
- www.greenpeace.org/~climate
- www.cool-companies.org/
- www.unfccc.int/text/resource/iuokit/index/html
- www.uneptie.org/ozonaction/
- www.respecteurope.com
- www.pewclimate.org
- www.safeclimate.net
- www.climatevoice.org
- www.iisd.org/youth/internetcafe.htm
- www.nikebiz.com
- www.panda.org/about_wwf/what_we_do/climate_change/what_we_do/business_industry/climate_savers.cfm
- www.wbcsd.ch/templates/TemplateWBSD1/layout.asp?type=p&MenuId=Mjgw
- http://unfccc.int/resource/beginner_02_sp.pdf
- www.fundacionatura.org/fnovetat.htm

Estalvia aigua, una opció segura

- www.thewaterpage.com
- www.panda.org/livingwaters/initiativ es/wetlands.html
- http://nailokada.8m.com/ara.html
- www.unesco.org/water/
- www.gpa.uneptie.org
- www.ecologistesenaccio.org/temes/aigua/projecte/projecte.htm
- www.unizar.es/fnca/noticias1.php
- www.projecterius.org

Compra sense patiment

- www.ilo.org
- www.rugmark.org/news_facts
- www.bls.gov
- US Department of Labor, www.dol.gov
- "El trabajo Infantil en España" Unicef a *Materiales de Trabajo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, 2000
- www.geocities.com/CollegePark/Library/9175/inquiry1.htm
- www.icftu.org
- *Human Development Report 1998*, Consumption for HumanDevelopment, www.undp.org/hdro/hdrs/1998/englis h/98.htm
- www.amnesty.org
- www.hrw.org
- www.stopchildlabor.org/internationalchildlabor/PlantationProject.htm
- www.iabolish.com/activist.htm
- www.antislavery.org/
- www.festacj.org/establiments.htm
- www.ropalimpia.org
- www.consultadeuda.org
- www.boncafe.org/cat/formularia.htm

Viu i deixa viure

- www.infolav.org
- www.ccpae.org
- http://planetvremont.com/pvq/v8n3/investing.html
- www.allforanimals.com/main1.htm
- www.ifaw.org/ifaw/general
- www.naturewatch.org/
- www.iucn.org/redlist/2000/index.html
- www.iucn.org/bil/bioloss.html
- www.newscientist.com/hottopics/animalexperiments/letthe.jsp
- www.worldwildlife.org/buyeraware/
- www.savedolphins.org/
- www.traf.c.org/news/salaw.html

- www.cites.org
- Time Europe, Vol.155 No.15, Abril 17, 2000
- www.eia-international.org/cgi/reports/reports.cgi?a49&t=template.htm
- www.ecocrimes.org/peril.html
- www.eia-international.org/Campaigns/Elephants/Updates/t0000053.html
- www.spap.net/portal/camp/cosmetic_a_02.htm
- www.addaong.org
- www.grefa.org
- www.tortugues.org
- http://webweb.imsb.bcn.es
- www.consellanimals.bcn.es

Actua

- www.icconsum.org
- www.europa.eu.int/comm/environment/eolabel/index.htm
- www.genat.net/mediamb/qamb/inici.htm
- www.ccpae.org
- www.greenmoneyjournal.com/article.mp?newsletterid=11&articleid=83
- www.cool-companies.org
- www.oneworld.org/guides/ethcons/fronts.html
- www.co-operativebank.co.uk/ethics/index.html
- www.ethicalconsumer.org/magazine/indexes/companies_index.htm
- www.ecodes.org
- www.gdrc.org/icm
- www.seen.org/pages/reports/WB-brief_0903.shtml
- www.seen.org/pages/reports/exim_opic_summary_pdf
- www.fets.org
- www.triodos.es
- www.bancasabadell.com
- *Observatorio de los fondos de inversión éticos, ecológicos y solidarios en España 2001* Instituto persona, empresa y sociedad de ESADE. Ed. Esade.

Descobreix l'aldea global

- L'Espresso, 27 Setembre 2001
- www.uneptie.org/sustain/advertising/advertising
- www.weta.org
- www.audiovisualcat.net/publicacions/ibe.htm
- www.autocontrol.es/data/pdfs/cod0005.pdf
- www.media-awareness.ca
- www.justthink.org
- www.acab.org
- www.adbusters.org
- www.consumehastamorrir.com

Treballa en xarxa: instruccions d'ús

- Tomorrow Magazine, Set-Oct. 2000

Crèdits de les fotografies

- La major part de les il·lustracions pertanyen a:
- BANC DE FOTOGRAFIES DE LA UNESCO (http://upo.unesco.org/photobank.asp). Els articles de consum, anuncis, logotips, etc. provenen de publicacions i llocs web institucionals, corporatius i d'ONGs. Altres col·laboradors:
 - Patrizia Lugo Loprieno (coberta, p. 4, 6, 7, 20, 28, 30, 50, 51)
 - Tomorrow Magazine, Estocolm (coberta, p. 16, 21)
 - La Nuova Ecologia, Roma (coberta, p. 15)
 - Colors Magazine, Ponzano Veneto - Itàlia (p. 18)
 - Brand-New, Londres (p. 20)
 - Future Present, Londres (p. 25)

Què és la UNESCO?

La UNESCO (*Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura*) es va fundar el 1945. El principal objectiu de la UNESCO és contribuir a la pau i a la seguretat al món intensificant, mitjançant l'educació, la ciència, la cultura i la comunicació, la col·laboració entre les nacions, a fi d'assegurar el respecte universal a la justícia, a la llei, als drets humans i a les llibertats fonamentals que, sense distinció de raça, sexe, idioma o religió, la *Carta de les Nacions Unides* reconeix a tots els pobles del món.

Amb seu a París, la UNESCO exerceix cinc funcions principals: Estudis prospectius (és a dir, les formes d'educació, ciència, cultura i comunicació per al món del demà); L'avançament, la transferència i l'intercanvi dels coneixements; Activitat normativa (mitjançant la preparació i l'aprovació d'instruments internacionals i recomanacions estatutàries); Coneixements especialitzats, que es transmeten a través de la "cooperació tècnica" als Estats Membres perquè elaborin els seus projectes i polítiques de desenvolupament i de l'intercanvi d'informació especialitzada.

El treball de la UNESCO en relació a la ciència, la tecnologia i el desenvolupament sostenible és interdisciplinari i és executat principalment pel *Sector de la Ciència i l'Educació*. Té l'objectiu de promoure valors i ètiques en l'educació a diversos nivells per tal d'influir en l'estil de vida i el comportament de la gent i d'ajudar a construir un futur sostenible.

Per a més informació poseu-vos en contacte amb:

UNESCO
Divisió per a l'Ensenyament Secundari,
Tècnic i Professional
7, place de Fontenoy
75732 Paris Cedex 07 (França)
Tel: (+33 1) 456 810 36
Fax: (+33 1) 456 856 35
e-mail: j.heiss@unesco.org
website: www.unesco.org

Què és la UNEP DTIE?

La missió del *Programa Ambiental de les Nacions Unides, Divisió de Tecnologia Indústria i Economia* (UNEP DTIE) és ajudar els òrgans de decisió del govern, de les autoritats locals i de la indústria, a desenvolupar i adoptar polítiques i pràctiques que:

- siguin més netes i segures;
- facin un ús eficient dels recursos naturals;
- assegurin una gestió adequada dels productes químics;
- incorporin els costos ambientals;
- redueixin la contaminació i els riscos per a les persones i per al medi ambient.

La UNEP DTIE, que té l'oficina principal a París, està formada per una unitat central i quatre departaments especialitzats: El Centre Internacional de Tecnologia Mediambiental (Osaka); Producció i Consum (París); Productes Químics (Ginebra); Energia i OzoAcció (París); Economia i Comerç (Ginebra).

Les activitats de la UNEP DTIE es centren en fomentar la conscienciació, millorar la transferència d'informació, capacitar, promocionar la cooperació, les associacions i les transferències de tecnologia, millorar la comprensió dels impactes mediambientals del comerç, promocionar la integració de les consideracions mediambientals en les polítiques econòmiques i catalitzar de la seguretat química mundial.

La UNEP DTIE funciona com a catalitzador per unir indústries, governs i organitzacions no-governamentals en l'intent de trobar formes de desenvolupament industrial que no perjudiquin el medi ambient i de promoure el desenvolupament sostenible.

Per a més informació poseu-vos en contacte amb:

UNEP DTIE
Divisió de Tecnologia, Indústria i Economia
39-43, Quai André Citroën
75739 Paris Cedex 15 (França)
Tel: (+33 1) 443 714 50
Fax: (+33 1) 443 714 74
e-mail: sc@unep.fr
website: www.uneptie.org

Què és MÈTA?

Una ONG internacional que agrupa especialistes en medi ambient, desenvolupament sostenible i comunicació, dedicada a la promoció del desenvolupament sostenible a través de nous mitjans de comunicació i noves tecnologies. Les principals activitats de l'associació inclouen la recerca, l'organització d'actes, l'edició de publicacions, l'organització de campanyes de comunicació i donar suport tècnic i científic a organitzacions públiques i privades. Prèviament, MÈTA ha treballat amb la UNEP DTIE en "*Publicitat per a un món millor*", una iniciativa per animar els mitjans de comunicació a implicar-se en la promoció del Consum Sostenible. MÈTA ha desenvolupat el concepte general, ha documentat i completat el joc d'eines educatives de YOUTH X CHANGE.

Per a informació poseu-vos en contacte amb:

MÈTA
Media Ecology Technology Association
87, rue Faider
1050 Brussel.lès (Bèlgica)
Tel: (+ 32 2) 537 1845
Fax: (+ 32 2) 537 4753
e-mail: info@e-meta.net
website: www.e-meta.net

Què és CI?

Fundada el 1960, CI és una organització independent sense ànim de lucre que ajuda, vincula i representa associacions i agències de consumidors de tot el món i que lluita per promoure una societat més justa defensant els drets de tots els consumidors, incloses les persones pobres i marginades. Reconeixent que satisfer les necessitats dels consumidors del demà dependrà dels canvis cap a uns models de consum més sostenibles, CI ha donat suport al projecte YOUTH X CHANGE ajudant a recollir dades i donant orientacions per a la seva realització.

Per a més informació poseu-vos en contacte amb:

Consumers International
24, Highbury Crescent
London N51 RX (UK)
Tel: (+ 44 20) 722 666 83
Fax: (+ 44 20) 735 406 07
e-mail (Head Of.ce): consint@consint.org
website: www.consumersinternational.org



www.unesco.org
 Organització de les Nacions Unides
 per a l'Educació, la Ciència i la Cultura

 Tel: (33 1) 45 68 10 00
 Fax: (33 1) 45 67 16 90
 Telex: 204461 París; 270602 París



UNESCO
 Divisió per
 a l'Ensenyament
 Secundari, Tècnic
 i Professional

7, place de Fontenoy
 75732 Paris Cedex 07
 France
 Tel: (+33 1) 456 810 36
 Fax: (+33 1) 456 856 35
 e-mail: j.heiss@unesco.org
www.unesco.org/education

www.unep.org
 Programa Ambiental de les Nacions Unides

 P.O. Box 30552 Nairobi, Kenya
 Tel: (254 2) 621234
 Fax: (254 2) 623927
 E-mail: cpinfo@unep.org
 web: www.unep.org



UNEP
 Divisió de Tecnologia,
 Indústria i Economia
 Consum Sostenible

39-43, quai André-Citröen
 75739 Paris Cedex 15
 France
 Tel: (+33 1) 443 714 50
 Fax: (+33 1) 443 714 74
 e-mail: sc@unep
www.uneptie.org/sustain

[A G E N D A 2 1 B C N]

