

CAMBIO
GLOBAL
ESPAÑA
2020/50

CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA

ABRIL DE 2012

02

Resum Executiu

2 DESCONSTRUIR EL CONSUM, RECONSTRUIR ELS ESTILS DE VIDA:

CLAUS PER A LA TRANSFORMACIÓ GLOBAL QUE NECESSITEM

1. EL CONSUM: UN ESPAI EN LA CENTRALITAT DEL CANVI GLOBAL

Davant dels apressants i creixents problemes ambientals que es deriven de la pressió que posem sobre els ecosistemes, les polítiques ambientals van prenent més importància i espectre d'acció. Entre aquestes polítiques, les que s'han desenvolupat fins ara relacionades amb el consum tenen un buit considerable entre el discurs i la implementació pràctica. Experts en consum i estils de vida assenyalen que els esforços per desenvolupar sistemes de consum que siguin marcadament més eficients i efectius han estat escassos, i que amb prou feines s'han donat passes pràctiques per materialitzar-ne la implementació.¹

De manera que, lluny de disminuir, els impactes ecològics de les nostres economies en termes generals continuen creixent, tal com mostra un dels seus principals indicadors -els fluxos directes i indirectes de materials i energia- i tal com ha demostrat el debat al voltant de la desmaterialització de les economies occidentals.²

La baixa efectivitat d'aquestes polítiques contrasta amb el paper central que el consum té en la crisi socioecològica actual i en les mesures que caldria prendre de cara a les transformacions necessàries del model econòmic.

Parlar de la centralitat del consum en les nostres societats pot semblar innecessari avui, quan entre els múltiples “sobrenoms” construïts per sintetitzar l'essència de la nostra societat (*del coneixement, del risc, en xarxa, postindustrial...*) el de *societat de consum* és el que desperta menys discussió. I és que, en les societats occidentals, les pràctiques de consum ocupen l'eix fonamental del procés d'articulació entre la producció i la reproducció social.

El consum adquireix una centralitat inevitable especialment a l'hora de debatre la insostenibilitat d'un model d'ús dels recursos naturals que ignora radicalment els límits biofísics dels territoris concrets i del planeta en el seu conjunt, així com determinades dinàmiques socials que genera: atomització, desculturalització i extensió d'estils de vida insans, tant físicament com mentalment.

Malgrat el grau de consens sobre el que acabem de dir, el consum ha tingut paradoxalment un lloc relativament perifèric en la discussió política contemporània, per “passiu” i per donat per pressuposat. No ha estat fins fa ben poc que ha començat a tenir una mica més de protagonisme, si més no en el pla discursiu. Tanmateix, aquest ascens, tot i que és positiu per donar visibilitat al consum, no està exempt de riscos. Un d'aquests riscos és entendre el consum sostenible sota una lògica de mercat, basada en decisions individuals d'un/a consumidor/a totalment racional i “lliure”, perquè aquesta conceptualització pot inhibir potencialment qüestionaments de les estructures socioeconòmiques, polítiques i culturals, a l'hora de buscar solucions.

Pensem que la transició cap a la sostenibilitat no es construeix exclusivament des del consum, però tenim clar que el consum hi ha de tenir un paper central.

Aquest Informe s'ha plantejat com una eina per avançar en el coneixement de l'ús social del consum en relació amb el benestar, i des d'aquí explorar diferents àmbits d'actuació (regulació i instruments econòmics, polítiques culturals i educatives, iniciatives ciutadanes) per entreveure diverses possibilitats de transformació, desenvolupar criteris d'acció i esbossar propostes de polítiques de consum als diversos actors rellevants. Aquesta informació s'ha complementat amb un procés col·lectiu de visualització de diferents futurs plausibles a l'Estat espanyol —a partir de la situació actual— i de desenvolupament de propostes que ens permetin afrontar la crisi ecosocial.

Considerem que si no mirem el consum de cara, resituant-lo en el debat polític, si el consum no forma part del nucli de la nostra visió i acció, si no entenem els seus mecanismes i simbiosis, si ens el seguim prenent com

1. Declaració d'Oslo, www.oslodeclaration.org.

2. Ayres, R. U. et al (2003): “Is the US economy dematerializing? Main indicators and drivers”, Center for the Management of Environmental Resources, INSEAD.

a variable donada o totalment dependent de factors incontrolables... la transició cap a la sostenibilitat no arribarà. Creiem que en l'entramat polític institucional hi ha un enorme diferencial entre el discurs i la implementació de polítiques respecte al paper del consum en el camí cap a la sostenibilitat, i que, per reduir aquest diferencial, cal que la investigació orientada estratègicament tingui un paper clau. L'objectiu final d'aquest estudi és ajudar a reduir la distància, centrant-nos en l'àmbit espanyol.

La situació a Espanya: consums creixents, desigualtats importants

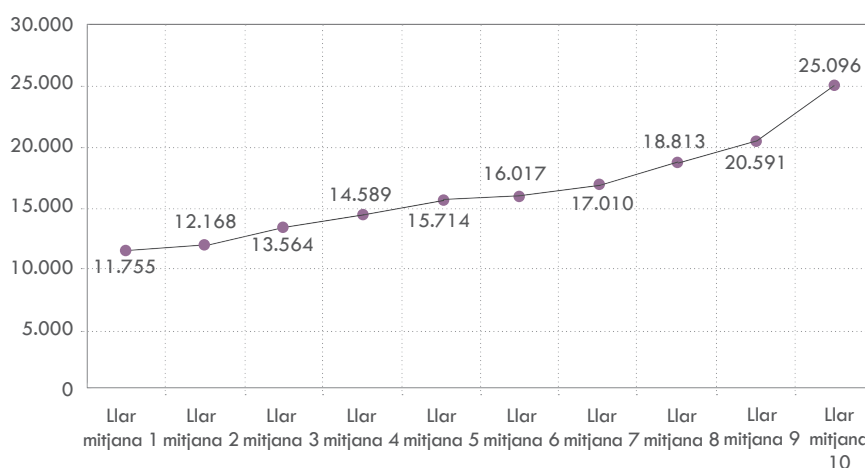
Com a fase preliminar del projecte de recerca hem fet una revisió quantitativa del consum i la seva evolució a Espanya, en la qual hem pogut observar de quina manera la situació es caracteritza per uns consums creixents, només alentits o revertits per la recent situació de crisi econòmica que vivim. Els indicadors sobre consums de materials en determinats sectors o àmbits són especialment il·lustratius.

La revisió del consum per àmbits d'activitat ha revelat també que les àrees de més consum —habitatge (un 19% de la despesa en consum final de les llars), alimentació a casa (14%) o fora (17%, incloent-hi hotels) i transport (11%)— són, a més, les més impactants ambientalment. Pel que fa a l'evolució temporal, destaquem com l'eficiència que s'ha guanyat gràcies als avenços tecnològics en àmbits determinats, com el transport, queda diluïda per la generalització del consum i/o un increment en l'ús (el que es coneix com "efecte rebot"). Aquest fenomen és analitzat en l'Informe (als capítols 6.2 i 8.4.1) per la importància que té en les dinàmiques actuals de generació d'impacte a través del consum.

En una segona part d'aquesta revisió s'ha analitzat el consum des del punt de vista d'equitat socioambiental. Malgrat l'escassa literatura al respecte, hem pogut constatar com els nivells de consum són desiguals a Espanya, i depenen de la combinació d'una sèrie de factors econòmics, com la renda, i sociodemogràfics, com el lloc de residència, el nombre d'habitants a la llar, el nivell cultural, etc. Aquesta desigualtat en el consum genera també una responsabilitat desigual en la generació d'impactes ambientals. La Gràfica 2.1 n'il·lustra un exemple per al cas de les emissions de CO₂.

Aquesta noció de desigualtat de consums i impactes és fonamental a l'hora de dissenyar i implementar polítiques que actuïn sobre el consum d'una manera equitativa i efectiva. Per això, és important superar l'actual enfocament predominant d'acció, basat en mesures estatals de consum per cap, i dedicar energies a explorar i desenvolupar més coneixement sobre aquesta situació de desigualtat.

Gràfica 2.1. Evolució de les emissions de CO₂ per cada percentil



Els 10 grups de llars es defineixen en funció de percentils d'ingressos anuals.

Font: Padilla y Serrano (2006): "Inequality in CO₂ emissions across countries and its relationship with income inequality: A distributive approach", Energy Policy 34.

2. CONSUM SOSTENIBLE I CRISI ECONÒMICA: DIAGNÒSTIC QUALITATIU

Aquest primer bloc de l'estudi connecta aquesta investigació amb la percepció social ciutadana, i vertebrava la resta de diagnòstics que hem elaborat. La finalitat ha estat endinsar-nos en la comprensió del funcionament de la gramàtica de les necessitats i les pràctiques de consum reals, amb l'objectiu final d'entendre la relació que tenen amb la percepció de benestar i d'avaluar l'impacte de la crisi econòmica sobre les pràctiques de consum, especialment de consum sostenible.

El consum com a pràctica social: com impacta la situació actual?

És important aclarir, en primer lloc, que aquest estudi parteix de la concepció del consum com a “fet social total” i de l'èmfasi sobre les pràctiques de consum.

El consum com a fet social total s'entén com una realitat objectiva i material, però, alhora, i indissolublement, com una producció simbòlica: depèn dels sentits i valors que els grups socials donen als objectes i a les activitats de consum. **El consum es considera, per tant, una activitat o pràctica social.**

Entès des d'aquesta òptica, el consum connecta amb el debat científic que s'estableix actualment al voltant del consum sostenible, en el qual sorgeix la proposta d'enfocar l'estudi dels canvis en el consum des de les pràctiques. Aquest enfocament critica les aproximacions que centren l'atenció en les formes de selecció de productes, en el moment d'adquisició, en les etiquetes, en la informació i l'eficiència, sobrevalorant alguns hàbits com la mobilitat i evitant les qüestions difícils sobre les necessitats i com les necessitats es generen i es connecten amb el comportament.

Precisament des d'aquesta visió de les pràctiques cal entendre **com la situació de crisi econòmica**, que s'ha instal·lat a Espanya des de fa més de tres anys, **està tenint efectes significatius sobre les formes de relació de la ciutadania amb el consum**, que poden anar més enllà de la caiguda de les xifres de vendes. A tot això s'hi suma una preocupació creixent per la sostenibilitat dels patrons consumistes actuals i el sorgiment de pautes de consum alternatiu que, amb l'aprofundiment de la crisi econòmica, s'enfronten a noves oportunitats i riscos.

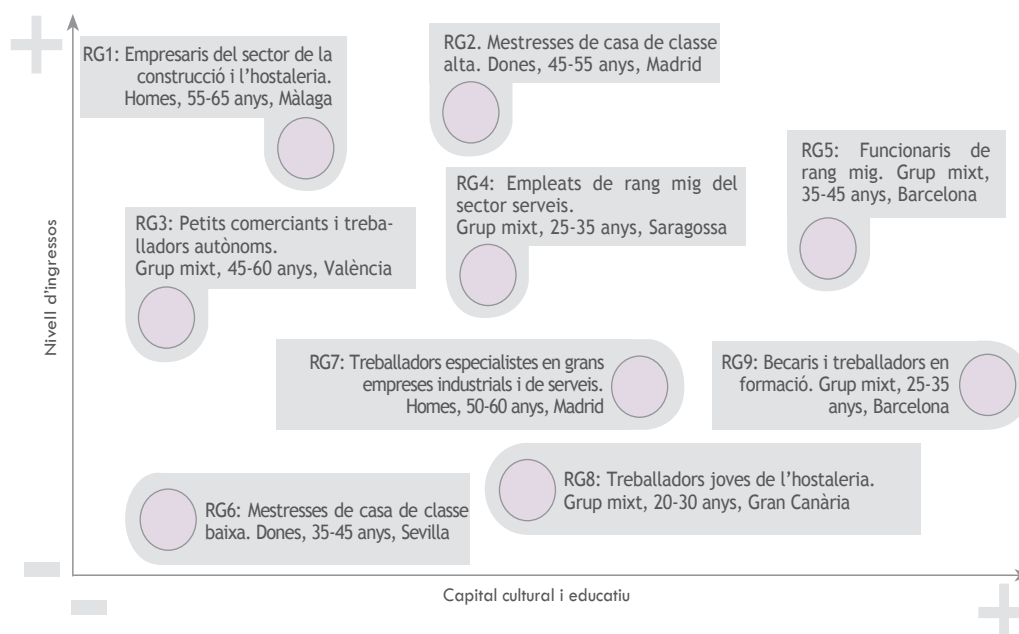
2.1 Percepció social: un estudi mitjançant grups de discussió

Amb aquest objectiu de comprendre, ens preguntem globalment a través d'aquesta part de l'estudi quin sentit pràctic donen diferents grups socials al concepte de benestar —que influeix en el desenvolupament de les seves estratègies d'adaptació a la crisi en el terreny del consum—, quins són els elements dels discursos que són rellevants per al consum sostenible, i quins discursos hi ha sobre consum sostenible i crisi ecològica.

Per respondre-ho hem partit d'una anàlisi sociològica construïda sobre una metodologia qualitativa, mitjançant grups de discussió.³ Hem dissenyat un mapa de posicions diferencials per aconseguir una mostra qualitativa i un guió temàtic que serveixen com a instrument de desenvolupament dels grups de discussió. Els grups de discussió que hem format han seguit criteris de capital sociocultural i de capital econòmic. La Gràfica 2.2 mostra els diferents perfils de persones que han participat a l'estudi.

3. Aquesta metodologia ha intentat integrar-se en la perspectiva de l'anomenada per alguns Escola Qualitativista de Madrid, i ha pres com a referència, entre d'altres, els treballs d'Alfonso Ortí o Luis Enrique Alonso.

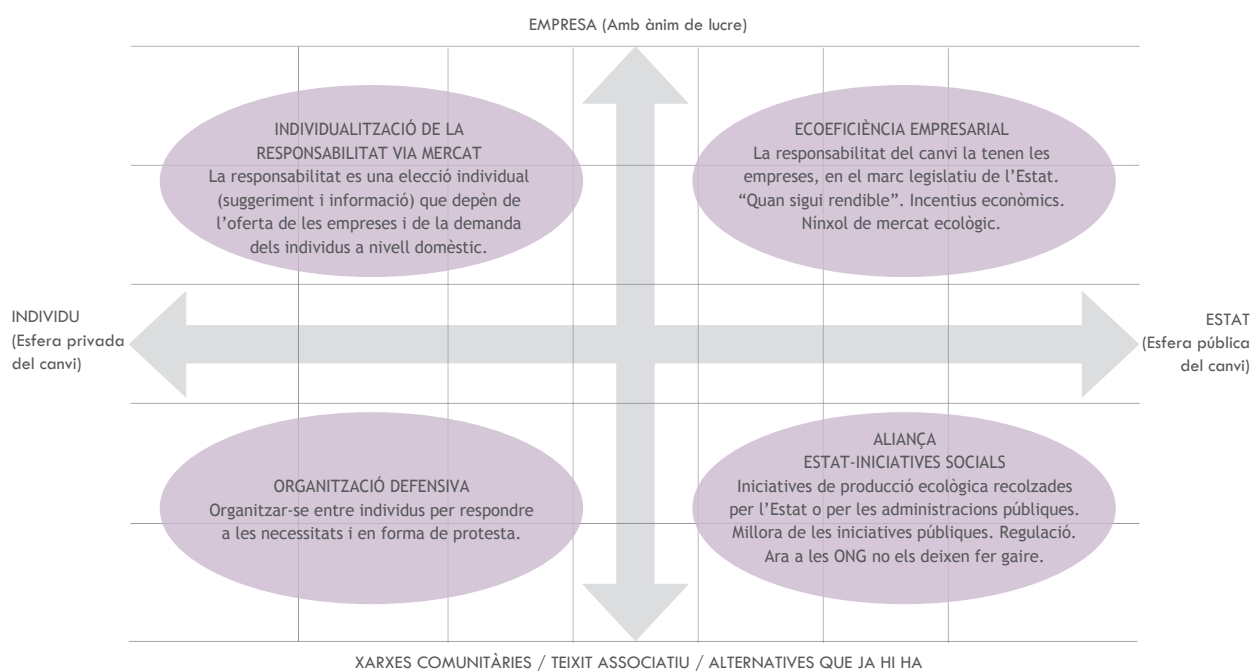
Gràfica 2.2. Mapa de posicions diferencials de la mostra qualitativa de l'estudi i perfil dels participants en els nou grups de discussió



2.2. Discursos al voltant de la crisi econòmica i els seus impactes sobre el consum

En els grups es van descriure quatre discursos bàsics que representen esquemàticament la diversitat de posicions respecte a qüestions clau. Aquestes posicions es configuren en dos eixos, que sintetitzen les principals tensions discursives (vegeu la Gràfica 2.3).

Gràfica 2.3. Els discursos bàsics entorn del consum sostenible



Com a síntesi de l'anàlisi dels discursos destaquem els elements següents:

Crisi i consum: diferents lectures

La crisi econòmica sembla que ha tingut un impacte sever en les percepcions sobre el consum, generant una certa sensació de por i d'incertesa davant del futur que podria influir en una moderació dels hàbits després d'un període d'excessos. No obstant això, des de diferents posicions de classe i diferents percepcions es fan lectures diferents de la crisi. Això afecta tant l'atribució de responsabilitat de l'origen de la crisi (les posicions supraordinades emfatitzen, per exemple, que la crisi ha estat el resultat d'una falta de racionalitat a l'hora de gastar per part "dels altres") com la percepció diferent de la crisi com a oportunitat per reduir el nostre impacte ambiental.

Crisi econòmica i crisi ecològica: desconexió total

Mentre que la crisi econòmica es viu com a propera, real i amenaçadora, la crisi ecològica es percep com a llunyana i completament desconnectada de l'econòmica, la qual cosa facilita un relativisme moral al voltant de les coses que podem fer en el nostre consum en relació amb aquesta crisi ecològica.

Desresponsabilització i ecofatiga

Respecte al consum responsable o sostenible, s'identifiquen elements clau en els discursos que generen un **context de risc de desempoderament i irresponsabilitat**. Alguns exemples són: l'absència de qüestionaments personals crítics i la responsabilització d'agents externs (el govern, les empreses, "els altres"); la percepció dels missatges proambientals com a pressió institucional o de màrqueting; l'ecofatiga davant dels missatges proambientals o de consum sostenible; el fatalisme cap al sistema i la societat de consum; una idealització del passat però que no inspira possibles futurs alternatius; el fet d'assumir l'avenç tecnològic com a única solució possible; el relativisme moral respecte a les necessitats i els límits; i la concepció del consum sostenible com una opció moral individual.

Alguns elements positius per al canvi

També apareixen elements que poden crear un context fèrtil per desenvolupar el consum sostenible: la crítica general del consumisme (tot i que superficial), les *finestres per al canvi* (alternatives de consum i estils de vida que són cada vegada més conegudes i enteses), i alguns espais d'intersecció entre la crisi econòmica i la crisi ecològica (per exemple, els avantatges ambientals d'alguns canvis originats per la crisi econòmica, pel fet de ser més senzills i barats).

Manca de discurs crític

No obstant això, en els grups, i amb molt poques excepcions, **no hi ha un discurs crític del consum** (més enllà de la crítica moral del consumisme), que s'identifica majoritàriament com a motor de l'economia i del benestar, i es qüestiona escassament la insostenibilitat ambiental del model actual. De fet, amb prou feines s'aprofundeix en la possibilitat de desenvolupar formes alternatives de consum (ecològiques, sostenibles, etc.).

En definitiva, els discursos suggereixen que la crisi econòmica, instal·lada entre nosaltres des de fa anys després d'un període de consumisme sense precedents històrics, almenys al nostre país, no sembla haver servit per qüestionar en profunditat l'actual model socioeconòmic i, en definitiva, de consum. Això

ens dóna una idea de les dificultats per construir inèrcies socials massives de canvi en aquest sentit, així com per generar una racionalitat comuna al voltant dels límits del model i de les nostres formes de vida. Tanmateix, l'estudi projecta elements concrets que permeten obrir o prioritzar diferents camps d'acció i d'investigació, alguns dels quals es treballen en el proper capítol.

3. CONSUM I CANVI GLOBAL: DIAGNÒSTIC I PROPOSTES

Els discursos i elements que hem identificat en els grups de discussió suggereixen múltiples possibilitats de recerca. Entre aquestes, l'equip investigador va decidir centrar-se en les possibilitats d'articular polítiques que afrontin els aspectes següents:

- **La polarització de discursos sobre l'oportunitat de la crisi econòmica com a catalitzador de canvis** en els patrons de consum cap a d'altres de més sostenibles: mentre hi ha qui ressalta que la crisi dificulta optar per productes més sostenibles però més cars en termes de despesa per al consumidor (com poden ser els aliments ecològics), d'altres veuen que justament la necessitat d'estalviar en diners pot revertir en un estalvi també en recursos (per exemple, utilitzant transport públic o bicicleta en lloc d'automòbil particular). Totes dues percepcions identifiquen la conjuntura econòmica amb condicionants per al canvi, i ens recorden la importància dels senyals/incentius econòmics en la transformació de pràctiques de consum i estils de vida. Per això hem volgut reflexionar sobre les potencialitats i limitacions estructurals de polítiques basades en els incentius econòmics, i especialment de la **fiscalitat sobre el consum**.
- **El negacionisme i l'ecofatiga**, que hem observat en els discursos com a motivadors de desconfiança, de desresponsabilització i d'una crítica global al discurs entorn de la crisi i del límit ecològic del model actual de producció i consum, ens conviden a intentar conèixer com s'ha treballat el canvi cap a altres pautes de consum en relació amb les qüestions ambientals des de les **polítiques educatives i culturals**.
- El sentiment de **pressió institucional** que desperten les polítiques institucionals proambientals quan incideixen sobre hàbits quotidians, la percepció d'una incipient **institucionalització i mercantilització del discurs ambiental** i la **dificultat per construir discursos** de comportaments alternatius **des de la pràctica pròpia**, ens indueixen a pensar en la necessitat de donar més protagonisme a una societat civil, fora de l'àmbit mercantil i institucional. Per això, ens hem endinsat en l'univers de les anomenades **Iniciatives Comunitàries en Sostenibilitat, com a articulacions col·lectives entorn d'altres formes de consum**.

Pensem que l'aprofundiment i la mirada integral i decidida que necessiten les polítiques ambientals requereixen, entre altres coses, un posicionament més central de les polítiques que busquen incidir sobre la transformació de pràctiques de consum i d'estils de vida (la demanda). En aquest sentit, considerem que les transformacions sobre el consum han de jugar un paper rellevant en el canvi global, sobretot perquè és un dels camps d'acció en el qual les polítiques poden posar les bases per a un canvi a diferents escales, especialment en la sociocultural.

En aquesta línia, creiem que els resultats dels diagnòstics i les propostes que oferim en aquest apartat (les resumim a continuació i es poden consultar íntegrament al capítol 6 de l'Informe) constituïran una contribució per desenvolupar estratègies de recerca i d'implementació de polítiques de consum més integrals en l'àmbit espanyol, que fins avui han estat molt marginals.

3.1. Fiscalitat i altres incentius econòmics. Promouen actituds proambientals?

Com a primer bloc del capítol de diagnòstics, aquest estudi ha analitzat des d'una perspectiva ambiental quins tipus de consum i estils de vida incentiva al nostre país la fiscalitat sobre el consum, i també altres polítiques que podríem incloure en l'àmbit dels incentius econòmics, com poden ser les regulacions tarifàries, les subvencions o les bonificacions (plans Renove, etc.). Hem centrat l'anàlisi en els següents àmbits de consum: mobilitat, ús energètic en l'entorn domèstic, aigua, generació de residus i consum alimentari. En cadascun hem intentat identificar elements i àmbits clau per tenir en compte, i hem compilat experiències i idees que poden servir com a catàleg inicial per dissenyar propostes per a Espanya en treballs futurs.

D'altra banda, al llarg de l'anàlisi s'ha fet èmfasi en la necessitat d'una política fiscal que tingui en compte aspectes d'**equitat socioambiental**, és a dir, que no només pari atenció a l'impacte ecològic si no també al repartiment social de la càrrega i dels beneficis de les polítiques.

La fiscalitat ambiental a Espanya: molt camí per recórrer

Ens hem centrat en la fiscalitat ambiental que afecta més directament el consum, tot i que el subjecte passiu no sigui en molts casos el consumidor.

La recerca ha confirmat que la fiscalitat ambiental sobre el consum a Espanya està totalment subdesenvolupada, i que altres polítiques d'incentius econòmics sobre el consum tenen una escassa dimensió ambiental. No obstant això, existeixen diverses imposicions que, si bé tenen una motivació recaptatòria, també tenen un impacte ambiental positiu com a desincentivadores de consums d'alt impacte, tot i que la seva estructura i tipus podrien reformar-se per maximitzar-ne l'efectivitat ambiental.

Recurrent els àmbits de consum més rellevants s'ha intentat situar els preus i la fiscalitat espanyoles en termes comparatius amb els països de l'entorn europeu. S'ha advertit que pràcticament en tots els àmbits, amb l'excepció del consum domèstic de gas, Espanya està per sota de la mitjana europea. Això permet pensar, per tant, en un **marge significatiu de canvi**.

A continuació es resumeixen les principals propostes per a cada àmbit.

Mobilitat: un sector prioritari d'acció fiscal

Aquest sector representa un dels àmbits prioritaris en els quals cal introduir polítiques efectives d'incentius econòmics, ja que és el de més creixement i un dels àmbits de consum amb un impacte ambiental més alt i en el qual l'efecte rebot es mostra amb més força. Hi ha diversos impostos (carburants, circulació i matriculació) que, en general, tenen una motivació bàsicament recaptatòria i en alguns casos una estructura antiecològica.

Les propostes més rellevants que fem en aquest àmbit es poden veure al Quadre 2.1.

Quadre 2.1 Propostes per a la fiscalitat sobre mobilitat

Revisar a l'alça els tipus de l'Impost sobre Hidrocarburs, per arribar a mitjanes europees, i **eliminar les exempcions ambientalment negatives** (com la de les aeronaus).

Gravar l'ús més que la tinença del vehicle:

- Usar com a base imposable els quilòmetres recorreguts, en lloc del consum de carburant o les emissions (això és factible mitjançant tecnologia GPS instal·lada durant la fabricació dels vehicles).
- Estudiar la supressió dels impostos de matriculació i de circulació juntament amb un augment proporcional dels impostos sobre els carburants, per tal de gravar sobretot l'emissió associada a l'ús.

Consum energètic a la llar: potencial fiscal i tarifari

El consum elèctric a les llars és un altre vector ambiental important. Actualment, la fiscalitat en matèria de consum energètic de la llar recau sobre l'electricitat, l'IVA (el 18%) i l'Impost Especial sobre l'Electricitat (4,86%). Hem estudiat també els incentius econòmics a través de les tarifes.

En el cas de l'electricitat, un element que hem detectat com a ambientalment preocupant és l'anomenat *dèficit de tarifa* (les tarifes finals no cobreixen els costos establerts, engrandint el deute per als exercicis següents). És preocupant perquè contenir els preus actuals de l'energia, finançant-la amb càrrec al consum futur, comporta elevar el consum present. Tanmateix, com cal repartir aquest dèficit (entre els consumidors industrials i els domèstics) i les seves causes (enriquiment de les grans empreses elèctriques) és objecte de debat.

Els quadres 2.2 i 2.3 recullen les propostes més rellevants relacionades amb el consum energètic a les llars.

Quadre 2.2 Propostes per al cas de l'electricitat

Quant a fiscalitat (Impost Especial sobre l'Electricitat)	Quant a tarifes
<p>Gravar la quantitat d'electricitat consumida, en comptes del seu preu.</p> <p>Diferenciar tipus impositius en funció de la bondat ambiental del <i>mix</i> elèctric o la tarifa escollida (si es diferenciessin segons l'origen).</p> <p>Augmentar el tipus impositiu en augmentar el consum (diferenciació per trams).</p>	<p>Cobrir els costos actuals reconeguts i els fins ara ocults (impactes ambientals i socials de la generació elèctrica). Intentar que la tarifa actual permeti proveir recursos per finançar la transició cap a un model de generació i consum elèctrics més sostenibles.</p> <p>Plantejar una estructura tarifària progressiva (per blocs creixents), de manera que els consums bàsics siguin molt accessibles però els consums superflus o excessius quedin penalitzats econòmicament. Això en general resulta progressiu socialment. També es pot aplicar en el cas del gas natural.</p>

Quadre 2.3 Propostes transversals relacionades amb l'energia

- **Impost sobre les emissions de carboni** (Impost del Carboni Afegit): impost amb un funcionament similar al de l'IVA en termes fiscals i comptables, que s'afegiria al preu que paga el consumidor final (garantint que també es gravin els productes produïts a l'estranger mitjançant ajustaments a la frontera o altres mesures).
- **Imposició sobre els Certificats energètics dels Habitatges (ICH)**: impost que podria anar associat a l'IBI i gravar els propietaris d'immobles en funció de l'indicador d'eficiència energètica de l'edifici. D'aquesta manera, les característiques energètiques dels edificis, i les seves possibilitats de rehabilitació energètica, prendrien més valor en el preu de venda de l'immoble. Complementàriament, aquesta recaptació es podria dedicar a promoure la millora de l'eficiència energètica dels edificis, especialment entre grups d'ingressos baixos.
- **Assignació personal de carboni** (sistemes de Quotes Domèstiques Comercialitzables d'Emissió o d'Energia): consisteixen bàsicament a assignar una quantitat d'emissions de carboni per persona en un període de temps. Els promotors d'aquesta idea la defensen en termes d'efectivitat, equitat i eficiència.

Aigua: reforçar l'estalvi i la progressivitat

Contràriament al que ha passat amb altres consums, els valors mitjans de consum d'aigua marquen una tendència lleument descendent durant els últims anys, fins i tot des d'abans de la crisi.

El paper econòmic de les tarifes i dels tributs o taxes sobre l'aigua està barrejat i, per tant, l'anàlisi ha abordat tant la política fiscal com la tarifària. El disseny de tarifes i tributs ha de promoure un espai ambiental sostenible que garanteixi un mínim vital assequible i que estableixi un sostre màxim que dissuadeixi el malbaratament insostenible, determinant així un espai intermig on cadascú esculli la seva pauta de consum, però sempre sota l'estímul econòmic i cultural dels principis (qui més gast i contamina, que pagui més). En aquest sentit, les tarifes progressives o impostos amb tipus progressius són una eina interessant que, de fet, està bastant implantada als municipis espanyols (el 92% dels ciutadans paguen segons aquesta estructura), però aquesta progressivitat és massa suau per tenir un efecte significatiu.

En el cas de l'aigua s'han desenvolupat algunes eines fiscals ambientals sobre el consum, com els cànon autonòmics de sanejament. Poden tenir impactes en l'estalvi d'aigua però presenten limitacions importants, especialment si el pes del cànon sobre el preu final de l'aigua és moderat, cosa que passa en molts dels municipis on s'apliquen aquests cànon.

Quadre 2.4 Propostes fiscals i tarifàries per al cas de l'aigua

- **Implantar o aprofundir la progressivitat per trams** als cànon autonòmics de sanejament.
- **Disminuir el pes de la part fixa en la factura** (que és la més regressiva socialment) i **implantar o aprofundir la progressivitat per trams de la tarifa**.
- **Establir els blocs tarifaris en funció del consum per cap real**, creuant dades amb el padró municipal.
- **Aplicar un coeficient corrector** en el càlcul de la quota variable, que premii amb reduccions tarifàries les llars que redueixin el seu consum en el temps.

Alimentació i altres consums: un IVA més “verd”

Dins d'aquest àmbit es revisa l'Impost sobre el Valor Afegit. L'any 2011 només dos països de la Unió Europea tenien un tipus d'IVA inferior al d'Espanya. L'anàlisi que hem fet ha mostrat que, en general, tot i que l'IVA és un impost d'importància capital pel seu volum de recaptació (el segon impost en importància recaptatòria per a Espanya, per darrere de l'IRPF), i malgrat que és transversal per sectors i productes, té una dimensió ambiental pràcticament nul·la.

Quadre 2.5 Propostes per a l'ambientalització de l'IVA

- **Estructurar els tipus reduïts i “super-reduïts” en base a criteris ambientals** (proposta limitada per la normativa europea).
- **Revisar el règim especial de l'agricultura i la ramaderia**, buscant establir tipus inferiors a productes procedents de models de producció ecològica o de ramaderia extensiva i a productes alimentaris de menys impacte.

També en el cas de l'alimentació, i des d'una perspectiva social, afavorir els models productius amb un major ús de mà d'obra per euro generat, així com els models que ajuden a la creació de circuits curts de comercialització i a la supervivència de la petita i mitjana agricultura, garantia d'un medi rural viu.

- **Estudiar propostes per modificar l'IVA** com ara limitar el tipus reduït a fertilitzants orgànics i excloure del tipus reduït bona part dels productes cosmètics, la construcció d'edificis i el transport aeri (propostes recollides en la Proposició de Llei 122/170, promoguda l'any 2009 per diversos partits, sindicats i grups ecologistes).

Residus domèstics: potencial d'altres sistemes de pagament i gestió

En l'última dècada la generació de residus ha continuat augmentant al mateix ritme que els consums de materials i energia; de fet és l'única font d'emissions de Gasos d'Efecte Hivernacle que no s'ha reduït amb la crisi econòmica (2007-2009).

En el cas dels residus, la fiscalitat que afecta directament el consumidor final se circumscriu actualment a les taxes municipals de residus, molt variables entre municipis. Aquestes taxes representen una opció socialment i ambientalment regressiva, perquè la quantia és independent de la quantitat de residus que es genera i del nivell d'ingressos. En la recerca també hem vist que gravar segons la quantitat i tipus de residus generats és clau per tal que les taxes siguin motivants. Aquest tipus de gravamen es coneix com *sistemes de pagament per generació* i són molt escassos a Espanya, per la qual cosa actualment la seva dimensió ambiental és pràcticament inexistent.

Quadre 2.6 Propostes per a la fiscalitat i la gestió dels residus

- **Expandir els sistemes de pagament per generació.**
- **Expandir els impostos obligatoris sobre les bosses de plàstic d'un sol ús** (existents en dues comunitats autònomes), amb l'objectiu de fomentar-ne la reutilització.
- **Implantar obligatòriament els Sistemes de Dipòsit, Devolució i Retorn d'envasos (SDDR)**, en els quals en comprar un producte es paga un dipòsit pel recipient o embolcall, que és recuperat si un cop acabada la vida útil del producte es retorna al punt de venda (ja sigui per ser reciclat o reutilitzat).

3.2. Polítiques públiques educatives i culturals. Estan formulades cap a estils de vida sostenibles?

Aquest segon bloc de diagnòstic sorgeix de la consideració que les polítiques educatives i culturals podrien ajudar a superar les dificultats observades en el diagnòstic qualitatiu per relacionar la crisi econòmica amb la crisi ecològica, així com els arguments de negació i escepticisme davant de determinades problemàtiques i solucions alternatives.

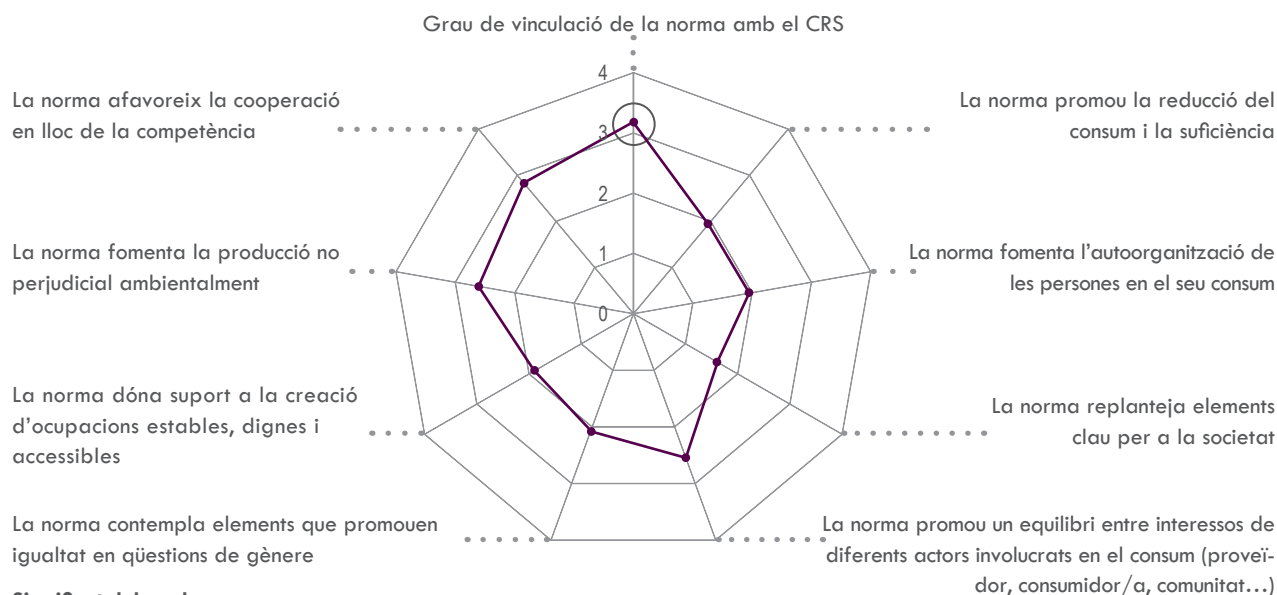
Per això, en aquesta part de la investigació s'ha revisat el marc normatiu espanyol referent a polítiques educatives i culturals vinculades al consum i els estils de vida sostenibles, per conèixer si des d'aquestes polítiques es treballa el canvi cap a altres pautes de consum en relació amb allò ambiental, quins discursos de consum responsable o sostenible (CRS) tenen i com es podrien millorar.

A nivell metodològic s'ha seguit un enfocament exploratori. El procés s'ha dividit en tres fases: identificació i descripció general de polítiques que s'han trobat mitjançant paraules clau, anàlisi comparativa aplicant una bateria d'indicadors de CRS, i aprofundiment en la implantació de les polítiques a través d'una selecció d'iniciatives concretes. L'estudi incorpora uns estudis de cas, amb l'objectiu d'observar com es tracta el consum responsable des de diferents iniciatives concretes.

La Gràfica 2.4 mostra el valor de la bateria d'indicadors que avaluen la relació de les normes de la mostra amb el foment del CRS. Tot i que aquests resultats no s'han d'interpretar de manera categòrica, sí que revelen dades i tendències interessants. Les més importants serien les següents:

- **Gran heterogeneïtat de les polítiques públiques** relacionades amb la temàtica, mostrant l'amplitud de l'univers normatiu vinculat en major o menor mesura amb el CRS.
- **Aposta clara per un consum responsable substitutiu de béns i serveis o basat en millorar l'eficiència de l'ús que en fem**, amb una absència important en la regulació de canvis en la concepció i les formes de consum.

Gràfica 2.4. Valoració de criteris vinculats amb el CRS en la normativa



Significat dels valors:

0: no s'aplica
1: no apareix

2: es menciona
3: apareix transversalment

4: apareix en un apartat específic o en els objectius/competència

Valor mig de tots els indicadors: 2,29.

- **Gran potencial desaprofitat** de les polítiques que regulen la creació i l'àmbit competencial de les agències i instituts de consum regionals.
- **Absència de la perspectiva de gènere** en la majoria de polítiques i en les seves concrecions (plans, programes, projectes).
- **Manca de planificació de moltes de les polítiques públiques**, per a les quals no es concreten aspectes clau per ser implementades (planificació temporal del compliment dels objectius, associació de les accions legislades amb un pressupost estable i amb un compromís polític que compregui més d'una legislatura, etc.).

Propostes: cap a plantejaments transformadors i una implementació efectiva

Malgrat l'amplitud del marc normatiu que de manera directa o indirecta regula el consum responsable de cada territori i la manera com s'integra en les nostres formes de vida, el risc d'aplicació parcial i la complexitat de la societat en la qual ens trobem fan que existeixin gran quantitat de dificultats per implantar totalment la normativa i acomplir els objectius que té, així com per a la transformació cultural de les nostres pautes de consum. Algunes de les propostes que oferim són aquestes:

- **Incorporar enfocaments de consum més transformadors** que incloguin qüestions més enllà de la compra, com els ritmes de vida, les necessitats, el concepte de benestar, etc. Els criteris que s'han aplicat en l'anàlisi de la mostra i dels casos d'estudi poden servir per orientar la inclusió de perspectives més transformadores en les polítiques públiques sobre CRS.
- **Aprofitar el potencial de les agències i instituts de consum**, assegurant que es treballa per al foment del consum responsable i els estils de vida sostenibles concebent-los des d'una visió àmplia, i incloent aquest tema entre els objectius prioritaris de treball i dintre la forma de funcionament (aplicant diferents accions, a més de la compra pública responsable).
- **Aplicar la perspectiva de gènere** en les polítiques. L'anàlisi de les relacions i diferències de gènere en els patrons de consum permetrà comprendre millor els mecanismes de comportament i les pràctiques d'aquest tipus de consum, cosa necessària per promoure'l i regular-lo.
- **Assegurar una planificació exhaustiva de les polítiques**, per garantir que tinguin una formulació de més qualitat i per facilitar que s'implementin en cada context.
- **Incorporar criteris de sostenibilitat en la formulació de totes les polítiques públiques**, per aconseguir un equilibri entre l'especificitat de polítiques de consum i estils de vida sostenibles i la necessària transversalitat en la resta de polítiques. Això és particularment important en el cas de les polítiques d'educació formal o currículum formatiu lligat directa o indirectament al CRS, que tenen especialment aquesta mancança.

3.3. Innovacions Comunitàries en Sostenibilitat. Com lidera la societat civil?

Aquest tercer bloc tanca els diagnòstics centrant la mirada en les iniciatives liderades per la societat civil, el fet diferencial de les quals és el **lideratge comunitari**: la comunitat en si mateixa és el subjecte de canvi. Hem considerat important obrir la mirada a aquestes noves (o fins ara marginades) estratègies, tant pels resultats que ha projectat el diagnòstic qualitatiu com pel paper que puguin fer en el repte d'aconseguir la sostenibilitat. Un paper quantitativament significatiu en alguns casos (si es donen les condicions per a això), però sobretot qualitativament important, com "exploracions" i "creacions" de

nous marcs socioculturals que drenen referents de canvi cap a la resta de la societat. Sembla evident que el paper del *bé comú* i de *l'esfera comunitària* haurà de ser rellançat per fer possible un altre model de consum; el consum col·laboratiu⁴ i noves (o renovades) articulacions col·lectives semblen ser la punta de llança d'aquest fenomen en l'àmbit del canvi global en consum.

Les Innovacions Comunitàries en Sostenibilitat (ICOS) són iniciatives que busquen satisfer una necessitat de manera sostenible mitjançant l'organització col·lectiva, el lideratge civil i una gran importància del treball voluntari gratuït. Pensem que les ICOS són un objecte fonamental d'anàlisi pel valor estratègic que poden tenir en tres aspectes:

- Facilitació en la transició cap a altres estils de vida, generant condicions perquè el canvi de valors, hàbits i estils sigui més fàcil i durador.
- Substitució i/o complementació dels sistemes actuals de provisió (i en conseqüència d'organització socioeconòmica) majoritaris.
- Capacitat d'empoderament social, derivada de l'organització i l'acció col·lectiva.

Aquesta investigació s'ha centrat en els grups de consum agroecològic (GCA), un dels tipus d'ICOS (altres serien els mercats i xarxes d'intercanvi, els horts col·lectius, les inversions domèstiques col·lectives...). D'aquest tipus d'experiències n'hem analitzat els potencials i limitacions per produir canvis en els estils de vida, els elements claus sobre els quals treballar per facilitar-ne la reproducció i l'expansió, i les mesures que podrien aplicar-se per facilitar-ne la consolidació. La informació s'ha obtingut d'entrevistes en profunditat i qüestionaris a persones participants en aquest tipus d'iniciatives.

Potencials i limitacions de les ICOS

Hem analitzat les dades recopilades per veure si, d'una banda, es generen les condicions per facilitar canvis en els hàbits i, d'altra banda, es transmeten valors i es reproduïxen normes socials que tenen la sostenibilitat ambiental (la *ciutadania ecològica*) i social com a eix. Els resultats mostren principalment que:

- **Els GCA generen cercles virtuoses en consum sostenible:** com que són espais que faciliten al/la participant la creació d'automatismes (rutines, hàbits...) de consum sostenible, poden generar les condicions per què el canvi d'hàbits de consum sigui més fàcil, profund i durador, i per transmetre valors de ciutadania ecològica.
- **Els GCA com a espais d'empoderament comunitari:** les iniciatives que hem analitzat que tenen un component participatiu i relacional fort es projecten cap a la comunitat en la qual s'ubiquen, enfortint la construcció de veïnatge i les relacions socials de la zona, el foment del coneixement i l'ajuda mútua.
- **Els GCA com a espais d'activisme polític "suau" però estable:** sense ser espais de militància política o d'activisme cívic o comunitari explícitament, poden aproximar a qui hi participa informació i activitats relacionades amb aquest activisme.
- **Models de creixement diferents, però complementaris:** s'identifiquen dues tendències quant a models de creixement: *GCA-empresa* i *GCA-espai comunitari*, cadascun amb diferents avantatges i inconvenients que es complementen.

4. www.consumcollaboratiu.com.

S'han observat també una sèrie de punts crítics de cara a plantejar l'extensió dels GCA:

- El temor entre els seus membres de no tenir prou capacitat organitzativa per créixer i assumir més participants (en general, les limitacions organitzatives estan molt presents).
- La manca de participants i de participació que alguns grups detecten com a limitant a l'hora d'expandir les experiències, tant en allò referent a la participació activa en l'organització com als usuaris/es en un rol més passiu.
- Les limitacions d'espai.
- La manca de coordinació entre les experiències, i les disfuncions que això pot generar de cara als participants i al seu propi funcionament.

Elements clau sobre els quals treballar: mesures per facilitar la consolidació i l'expansió de les ICOS

El Quadre 2.7 recull un ampli rang de mesures que poden ser aplicades als grups de consum per tal de millorar-ne el funcionament. Cada experiència, segons les seves especificitats, tindrà unes necessitats concretes, i les mesures d'acompanyament seran unes o altres segons el grup de consum.

La qüestió de des d'on s'ofereixen aquestes mesures (quin agent, com) és un element clau en la discussió i implementacions futures, ja que no tots els grups de consum donen legitimitat als mateixos agents socials de cara a buscar recolzaments. En particular, el paper que podria tenir l'administració pública genera posicions polaritzades.

Quadre 2.7 Propostes per millorar el funcionament dels GCA i estendre'ls

- **Informar íntegrament** sobre allò que requereix adaptació per part dels participants, tant qüestions ideològiques com organitzatives.
- Oferir als participants una **incorporació progressiva i planificada, i flexibilitat en la implicació.**
- **Oferir als GCA assessoria** jurídic-legal i en logística, organització i informàtica.
- **Donar-los suport econòmic, logístic i informatiu** per facilitar l'accés i el manteniment de l'espai i la infraestructura.
- Desenvolupar i millorar les **estratègies d'atracció social** per tal d'incorporar més participants.
- Desenvolupar **estratègies d'aproximació i negociació amb les administracions públiques**, mantenint el lideratge civil.
- Establir un espai de **comunicació i coordinació entre diferents GCA** i entre GCA i altres ICOS properes, per ampliar la incidència social i articular un procés territorialment afiat.
- **Formar-se en preses de decisions col·lectives**, comunicació interna i gestió de conflictes.
- **Avals de confiança:** establir un mecanisme que avaluï de forma participativa i horitzontal el bon funcionament de l'experiència, tant per transmetre confiança a la ciutadania com per dotar la iniciativa de reconeixement formal per part de les administracions.
- Establir **mecanismes i incentius per a la creació de nous grups de consum.**

4. CANVIS DE FUTUR. CONSTRUÏNT ESCENARIS PARTICIPATIUS

Una altra vessant de la investigació ha consistit a desenvolupar un procés participatiu de construcció d'escenaris de futur, amb dos objectius bàsics: **iniciar un procés d'aprenentatge mutu i comú entre els participants i els organitzadors**, així com un enfortiment de xarxes entre diferents agents socials, i **aconseguir un marc complex d'anàlisi que contribueixi a la generació de propostes i criteris** per a la presa de decisions cap a un canvi social en consum i estils de vida sostenibles a escala estatal.

Aquest procés ha representat una experiència pionera a l'Estat espanyol, reunint experts/es i treballadors/es de diversos àmbits amb incidència sobre el consum i els estils de vida en diferents processos participatius. La recerca ha cobert les fases següents: i) un mapatge d'agents clau en el consum sostenible, en el qual se sondeja la diversitat de discursos i es genera un marc comú de treball; ii) un taller d'escenaris de futur, en el qual s'han identificat elements clau en l'evolució de diversos àmbits relacionats amb el consum i els estils de vida sostenibles, la manera com s'interrelacionen i els impactes ecosocials que tenen, per poder explorar les condicions necessàries per tal que es puguin introduir canvis en els estils de vida, i per explorar les direccions que aquests canvis prenen, influïts per aquelles condicions; i iii) una valoració i una prioritització de les propostes de canvi desenvolupades en els tallers.

4.1 Mapatge d'agents clau en consum: un entramat ampli i divers

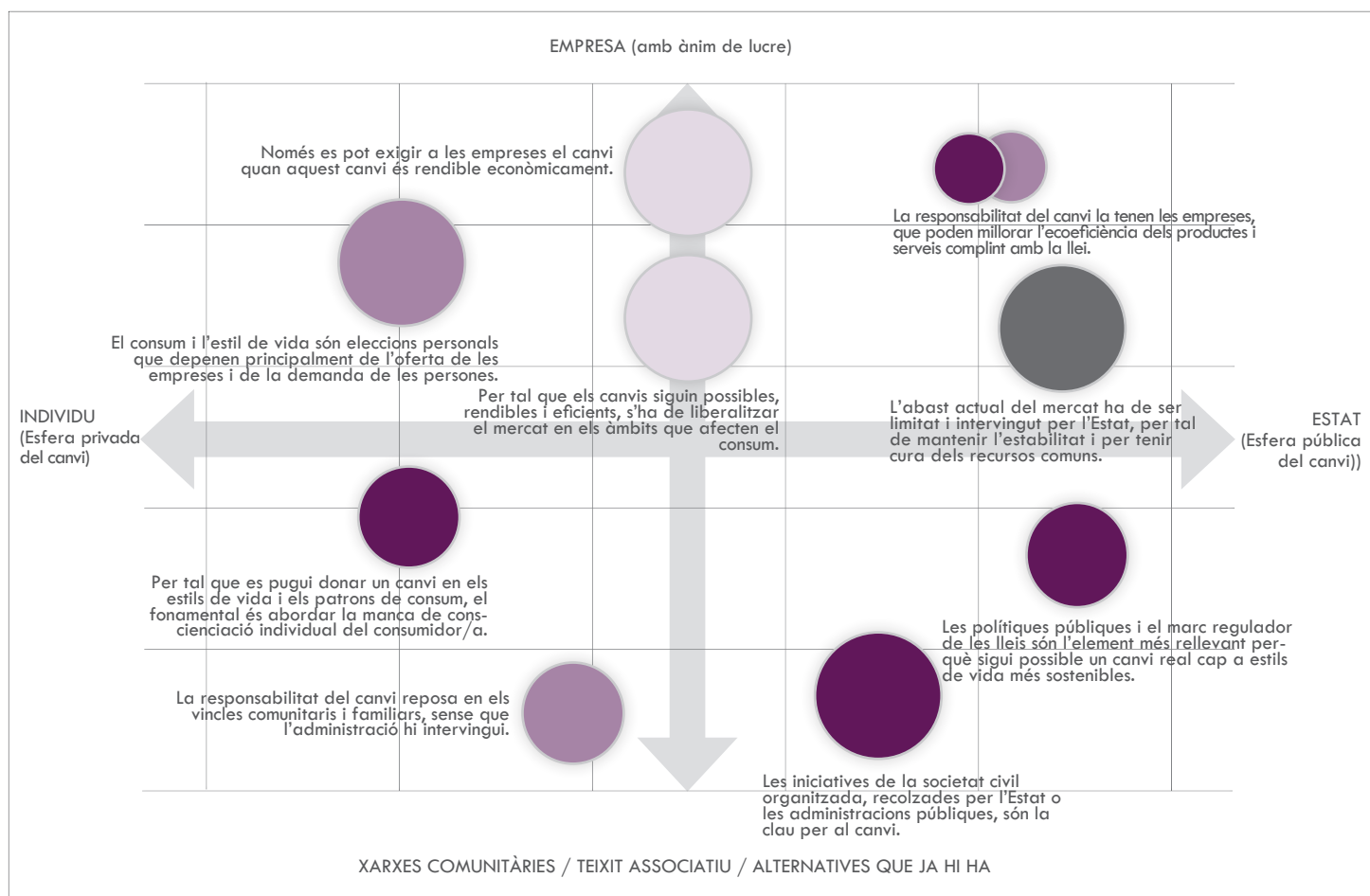
Com a pas previ als tallers, es va fer un mapatge d'agents i col·lectius rellevants a Espanya en matèria de consum i estils de vida, mitjançant entrevistes i qüestionaris a les persones expertes i a professionals que van participar en la recerca.

El procés de mapatge participatiu ens ha permès, en primer lloc, identificar una xarxa de 229 agents i col·lectius, amb l'objectiu de poder donar visibilitat i connectar el conjunt d'entitats que treballen en la temàtica a nivell estatal. La xarxa té en general un entramat ampli i divers, tant en els àmbits i estratègies d'acció com en la naturalesa dels col·lectius, destacant la presència de l'àmbit associatiu. També s'ha posat de manifest la manca de visibilitat de molts col·lectius, obrint una línia de reflexió sobre la necessitat d'una major interacció i coordinació entre col·lectius a nivell estatal, així com de més continuïtat de les accions i campanyes.

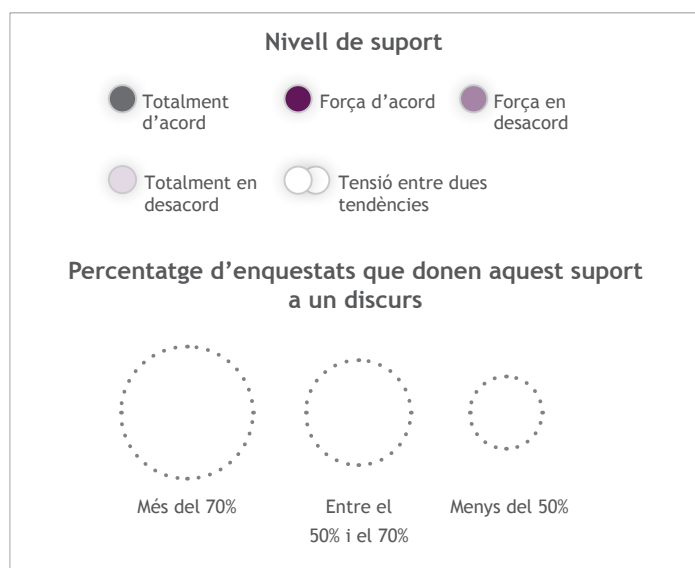
En segon lloc, durant el procés de mapatge s'ha consultat també el posicionament dels diferents agents i entitats expertes en consum sobre una sèrie de tensions discursives centrades en el pes de diferents agents en el procés de transició cap a un consum i uns estils de vida sostenibles i en els elements rellevants de canvi dins d'aquest procés (Il·lustració 2.1).

A nivell general, el binomi **individu-estat** destaca en termes de responsabilitat. Els discursos emfatitzen tant la capacitat d'incidència individual a través del nostre comportament com el paper essencial del marc legislatiu i estatal, a través de polítiques que fomenten i faciliten aquest comportament (condicionants estructurals). Aquesta responsabilització de l'Estat conviu amb la percepció que les actuacions en matèria mediambiental que s'han realitzat fins ara des de l'administració no són suficients per revertir la tendència de degradació actual. Alhora, hi ha un gran acord entorn de la **importància d'iniciatives col·lectives organitzades quan són recolzades per l'Estat i l'administració pública**.

Il·lustració 2.1. Suport de les persones que s'han consultat a tensions discursives, i agents de responsabilitat que estan associats amb aquestes tensions



Per a cada discurs, el color del cercle indica el nivell de suport majoritari entre les persones consultades, i la grandària indica el percentatge de persones entrevistades que tendeixen a aquest nivell de suport. Els eixos de la gràfica ubiquen els agents de responsabilitat dels discursos.



Quant als elements clau, els posicionaments dels/les participants posen de manifest que atribueixen un rol bàsic a la disponibilitat de recursos biofísics en escenaris futurs d'estils de vida –una visió pràcticament absent en els grups de discussió ciutadana que s'han analitzat a l'apartat 2.1– i que rebutgen frontalment una solució de tipus tecnocràtic i mercantil, per inefectiva i inequitable –en contraposició amb la confiança en la tecnologia que mostraven aquells grups de discussió. Els discursos que s'han sondejat durant el procés d'investigació d'escenaris han cobert, doncs, buits que hi havia en el diagnòstic qualitatiu previ, i han enriquit i emfatitzat la dimensió socioecològica i estructural de canvi.

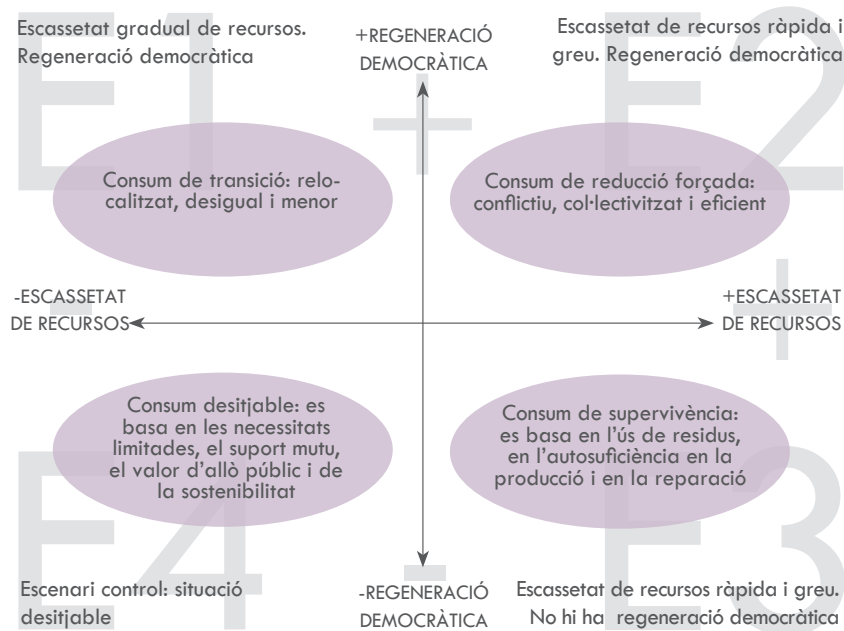
4.2 Taller de construcció d'escenaris de futur

Un escenari de futur és un dibuix consistent d'una realitat futura plausible, en el qual es construeixen narratives basades en informació i coneixements actuals que descriuen diversos futurs alternatius, desafiant el pensament present i proporcionant un marc per a la reflexió i la presa de decisions.

En el taller, entre 32 participants es van construir quatre escenaris de futur, partint de la prioritització i selecció participativa de diversos *impulsors de canvi* (factors que poden influir en tendències de futur). A partir d'aquests impulsors, l'equip d'investigació va formar dos eixos corresponents a dues tensions prioritzades pels participants (disponibilitat de recursos i regeneració democràtica), i del creuament d'aquests eixos en van sortir quatre situacions de partida. Sobre aquestes situacions, cada grup de discussió va debatre una sèrie de variables i els impactes que tenen en diversos àmbits de consum, construint narratives de futur a curt i a llarg termini (2020 i 2050 respectivament).

La Il·lustració 2.2 mostra les quatre situacions de partida i les característiques bàsiques del consum en cada escenari.

Il·lustració 2.2 Situació de partida per a cadascun dels quatre escenaris



Situació de partida per a cada escenari en base al creuament de les tensions "escassetat de recursos" i "regeneració democràtica". Als cercles, principals característiques del consum resultant a cada escenari.

Què ens expliquen les quatre narratives?

Les narratives han descrit la importància de diversos impulsors de canvi en base a les àrees de consum següents: alimentació i residus, mobilitat quotidiana, viatges i vacances, ritmes de vida i valors, consum energètic a la llar, edificació i treball. Han identificat com a elements determinants en el desenvolupament de diferents futurs el prioritzar el tema energètic i la disponibilitat d'energia, i han mostrat la influència dels nivells de regeneració democràtica en la creació de diferents models de gestió de recursos, amb diferents impactes socioambientals. També, les narratives han fet palès que els participants troben desitjables

determinades tendències de futur en les quals s'inclouen elements de democràcia participativa, desacceleració dels ritmes de vida, defensa dels serveis públics, una major regulació dels estils de vida, etc.

Les discussions al llarg dels tallers han revelat els debats fonamentals, i la preocupació de diversos sectors davant del pensament a curt termini que predomina en les decisions polítiques actuals sobre les matèries que s'han tractat. En aquest sentit, els escenaris fan visibles els marcs en els quals s'han de generar propostes per aconseguir una major sostenibilitat en el consum i els estils de vida a l'Estat espanyol. La segona part dels tallers va anar encaminada a aquesta generació de propostes.

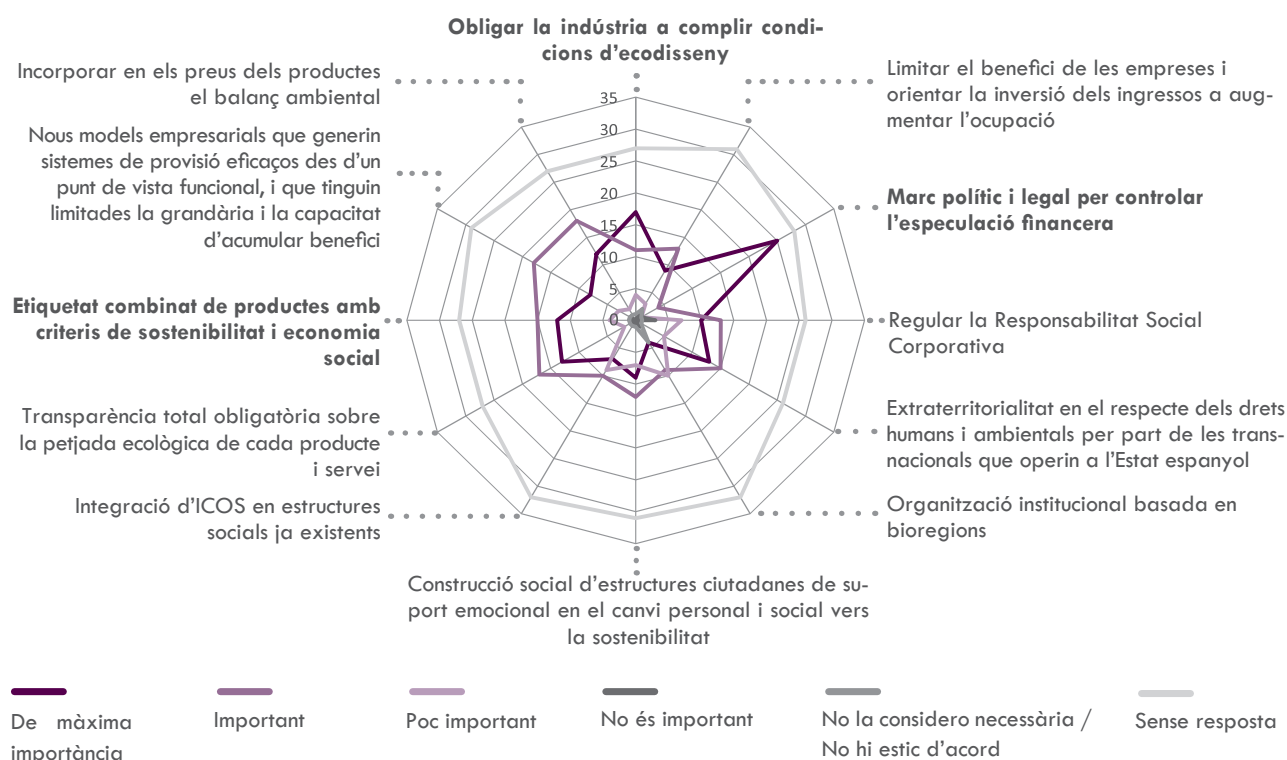
4.3 Del debat a l'acció: un banc de propostes

Al taller, després d'una identificació grupal dels aspectes de futur que es consideraven desitjables i dels que no, es van generar propostes per fomentar els desitjables i evitar els no desitjables, relacionant-los amb els àmbits de consum que s'havien treballat (tècnica de *backcasting*).

Al llistat de propostes que van sorgir al taller se n'hi van incorporar d'altres que s'havien identificat en etapes anteriors d'aquest projecte de recerca, i també les que es van recollir durant el procés de mapatge. Totes juntes han compost un banc de propostes estructurat en els sis àmbits de consum que s'han treballat. Aquest banc va ser retornat posteriorment a tots/es els/les participants al llarg del procés, amb l'objectiu de valorar la importància i la prioritat temporal de les propostes plantejades i de les estratègies d'intervenció identificades, així com de desenvolupar-ne algunes més específicament.

L'èmfasi de les propostes coincideix amb el camí traçat prèviament pels diagnòstics sobre fiscalitat, polítiques culturals i educatives i iniciatives comunitàries sobre consum (apartat 3). Així, destaquen les que giren entorn d'una planificació/regulació institucional adaptada als límits biofísics del planeta i a la disponibilitat de recursos a mig-llarg termini, entorn de la necessitat de canvis en el model productiu i en les estructures socioeconòmiques que actualment condicionen el nostre consum, i entorn de la urgència d'una educació en valors ecològics i socials. La Gràfica 2.5 mostra com d'importantes i urgents es consideren algunes de les mesures que es van proposar en l'àmbit del model socioeconòmic; a l'Informe es poden veure les gràfiques equivalents per als àmbits d'alimentació, residus, temps, mobilitat i habitatge.

Gràfica 2.5. Valoració de la importància i la urgència d'algunes mesures que es van proposar per al model econòmic-productiu



Hem destacat en negreta les mesures que es consideren més urgents.

5. DE LES BRETXES EN LA REALITAT A LES ESCLETXES PER TRANSFORMAR

El camí recorregut al llarg d'aquest procés investigador ens ha permès veure una sèrie de bretxes que necessitem superar en la transició cap a formes de consum i estils de vida més sostenibles:

1) **La poca identificació de la crisi econòmica actual amb una oportunitat real de transformació** del consum que ens permeti afrontar problemes estructurals. El desig social de la protecció del medi ambient no va acompanyada d'una incorporació real de pràctiques i criteris significatius en les nostres decisions de consum i de creació d'estils de vida. Això reflecteix la importància de construir legitimitats i espais de debat i de presa de decisions des dels quals es pugui cimentar aquesta transformació.

2) **L'enorme salt entre els discursos polítics en matèria de consum i estils de vida i la implementació real** de polítiques i estratègies que poden tenir efectes significatius per aconseguir-los. Actualment, moltes de les polítiques ambientals són contradictòries amb altres polítiques o actuacions institucionals davant del ciutadà, i no són clares sobre els seus objectius, mitjans, resultats, equitat d'esforços, etc. Aquest context dificulta fortament la motivació per a l'esforç i l'acceptabilitat social de les exigències o restriccions.

3) **El desajustament entre la percepció popular i el discurs d'experts/es** en l'àmbit del consum, especialment destacable en aspectes com el paper de la tecnologia, la urgència del canvi o els impactes de la crisi ecològica sobre les nostres vides.

A més, hem pogut corroborar que, tot i que el consum no és l'única palanca des de la qual articular el canvi necessari, sí que té una importància especial pel fet que és la dimensió des de la qual les majories socials poden **posar en pràctica aquestes transformacions** (amb els impactes quantitius que això pugui tenir) i, sobretot, **experimentar-les per poder reconstruir imaginaris, valors, identitats...** I és que només si les majories socials accepten, entenen, promouen aquestes transformacions, tant en el pla individual com en l'estructural-col·lectiu, es podrà produir un canvi d'abast profund.

Ara bé, **com canviem el consum?** Ajuntant la nostra visió amb els resultats de la recerca proposem les bases següents com a inspiració per al treball necessari:

- **Comunicació, sensibilització... i incentius econòmics.** La construcció d'una massa crítica requereix tot un paquet de polítiques d'educació, informació, conscienciació, legislatives... gegantines. Però tot això necessita entre altres coses l'efecte ròssec i la coherència funcional que generen els incentius econòmics. Els preus finals dels consums i productes no poden donar senyals contradictòries respecte a aquestes altres polítiques ambientals. I és que, al cap i a la fi, retardar les correccions necessàries en els preus implicarà a mig termini acceptar l'enorme dany inequitativament repartit que la socialització de la crisi ecològica tindrà en forma d'escassetat futura.
- **Equitat social i de gènere com a element clau de les polítiques,** com a pas necessari perquè siguin efectives i acceptades socialment.
- **Les institucions tenen un paper clau** en la conformació d'un context social, cultural, institucional i ètic en el qual els ciutadans desenvolupen les seves estratègies/pràctiques de consum. Establir un marc institucional integral i coherent que es percebi com a just i efectiu pot modificar els suports, acceptabilitats i simpaties cap a les polítiques que es plantegin. **La regeneració democràtica és un requisit indispensable** per consolidar les transformacions.

- **Noves vies, articulació col·lectiva i bé comú.** Necessitem transcendir el marc convencional de les polítiques actuals de control i persuasió, i incloure també propostes que s'articulin des del lideratge de la societat civil. La **revalorització del bé comú** i l'**empoderament comunitari** han de fer un paper important.
- **Pensa en termes complexos per actuar en termes senzills.** No volem mirar el canvi de consum de manera simplista, com un simple nou nínxol de mercat per a nous consumidors. Però fer una mirada complexa del consum no ens ha de bloquejar per passar a l'acció: són els canvis concrets i reals els que, un cop reapropiats per les masses socials, impulsaran en molts casos processos de transformació d'aquesta xarxa complexa de valors, identitats, polítiques, poders, etc.