

Opciones evolucionan al compás de los tiempos

Hoy se va extendiendo la percepción social de que el modelo de crecimiento está agotado ambiental y económicamente, y de que el poder económico-político está enredado en sus propios laberintos y no sabe, o no quiere, encontrar la salida. **Necesitamos encontrar otras formas de vivir —en el sentido más amplio de la palabra— que sean sostenibles y humanamente satisfactorias.**

Los objetivos principales que tenemos hoy son estos:

- **Recoger y difundir evidencias** sobre el agotamiento del modelo de crecimiento y sobre la necesidad de otro modelo económico, político y social. Hacer visibles los frutos que se vayan dando hacia el cambio de modelo.
- **Fortalecer socialmente el valor clave del interés común.**
- **Promover con convicción y realismo formas tangibles y factibles** de satisfacer las necesidades materiales que sean compatibles con la finitud del planeta y con las necesidades inmateriales que tenemos. **Consumo y estilos de vida transformadores.**
- **Contribuir al eco social de los esfuerzos** que entidades, movimientos, empresas, mundo intelectual, algunas administraciones y políticos ... hacen en una dirección compartida, desde una inquietud afín a la nuestra en un sentido amplio. Fomentar una cierta “red difusa” con estos compañeros de camino.

Cómo es la nueva Opciones

¡Estrenamos bastantes novedades!

PASAR A LA ACCIÓN, MÁS QUE NUNCA

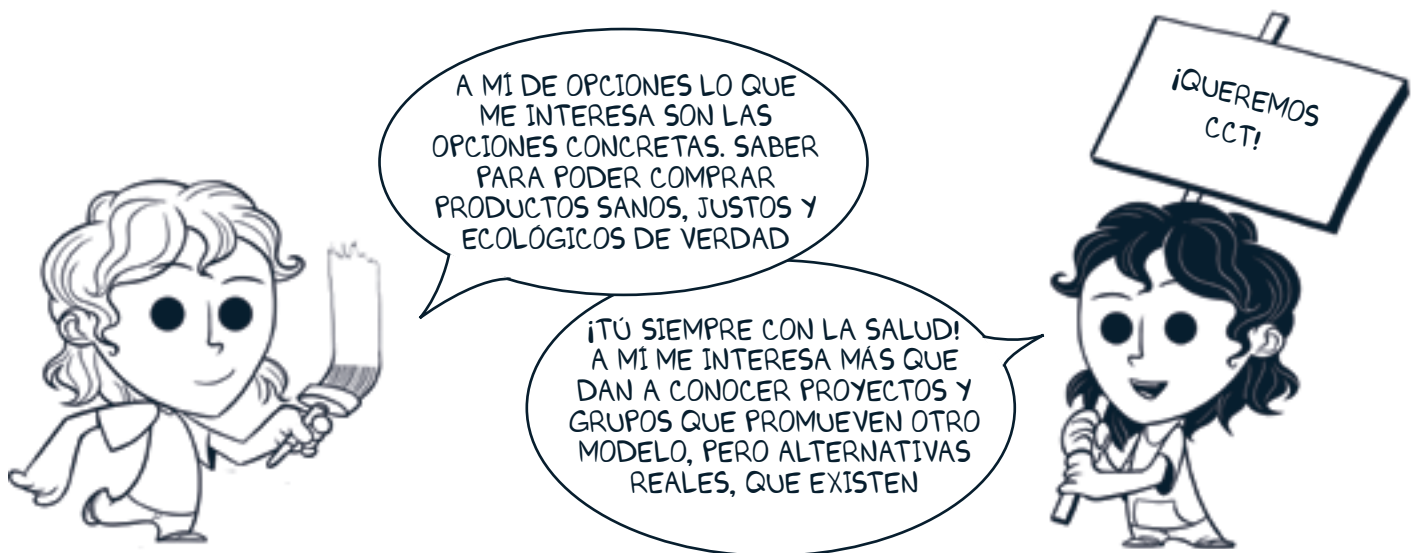
Como hasta ahora, Opciones contendrá análisis y denuncia de la realidad y propuestas de cambio. Ahora daremos más peso todavía a estas segundas, siguiendo en la línea de la voluntad constructiva. Redoblabamos en esfuerzo para proporcionar *opciones*, orientaciones, contactos, recursos..., y también ánimos, para llevar los cambios a la práctica.

LA SECCIÓN CENTRAL

Como hasta ahora, el grueso de la revista se dedicará a un bien de consumo. En algunos números lo sustituiremos por otros contenidos que también nos parecen interesantes y a los que no les hemos dado una sección fija.

Seguiremos viendo los “puntos calientes” de los productos: dilucidar cuál es la *necesidad* que tenemos, ver cómo satisfacerla sin comprar un producto nuevo, conocer los impactos ambientales y sociales de las diferentes opciones de consumo, asesorarnos sobre cómo alargar la vida de los bienes...

En esta nueva etapa articularemos el estudio a partir de preguntas que nos podemos hacer sobre el producto, y la parte de opciones y propuestas prácticas ganará en peso respecto a la parte de investigación o análisis.





TRES ESFERAS DE CAMBIO

Hemos ideado una “trilogía” de secciones que proponen cambios en tres esferas: la personal, la colectiva y la estructural, tres dimensiones entrelazadas dentro de las cuales nos movemos. *Me he acostumbrado a ir al trabajo en bici, aunque la ciudad está pensada para el coche ... En la ciudad donde vive mi padre los vecinos, con la ayuda del distrito, han habilitado todo un barrio para circular cómodamente en bici. Los cambios en las tres son importantes, necesarios y poderosos, y la suma aun más.*

EL PODER DE LAS COSTUMBRES

Aquí propondremos nuevos hábitos cotidianos, acostumbrarnos a hacer las cosas del día a día que tienen relación con el consumo de otro modo, siempre con el norte de satisfacernos como personas y de usar con sensatez los recursos naturales. Vendría a hacer el papel que en la anterior etapa de Opciones hacían las secciones Herramientas e Ideas.

Cosas como esta que nos decía una las personas que participó en la sección El Diván de la etapa anterior: *Una costumbre de la que he aprendido a prescindir: he dejado de usar servilletas de papel y uso de tela. ¿Te imaginas si “lo normal” fuera usar servilletas de tela? (siguiendo con el ejemplo). ¡Cuántas cosas cambiarían! En los bosques, en los vertederos, en las tiendas, en nuestros bolsillos...*

EL PODER DE LA COMUNIDAD

Cuanto más globalizados estamos, más evidente se hace que hay cosas que necesitamos gestionarlas desde la proximidad. Es inverosímil que una gestión tan compleja como la global pueda ser, en algunos casos, eficaz, eficiente, igualitaria, inteligente, sostenible. Y, cuanto más individualizados estamos, más evidente se hace que nos falta la compañía, la colaboración y el diálogo con las personas cercanas, la acción colectiva y autónoma en respuesta a, y a la medida de, algunas de las necesidades de nuestro entorno.

Ya se nos están ocurriendo, ya estamos construyendo nosotros mismos, ya estamos poniendo en práctica colectivamente nuevas fórmulas: consumo colaborativo, sistemas de intercambio, construcción colaborativa de herramientas en internet, gestión comunitaria de bienes comunes...

EL PODER LAS REGLAS DEL JUEGO

Las estructuras organizativas, desde las locales hasta las globales, coordinan “el juego” (leyes, normativas, acuerdos ...). Ni que decir tiene que las reglas del juego son determinantes para muchas cosas. Los jugadores (la ciudadanía) no ponemos las reglas, pero sí las obedecemos, y sí influimos sobre ellas. Es importante que conozcamos y reflexionemos sobre las reglas que tenemos y las que podemos tener.

En Suecia los municipios tienen un 55% del dinero público y el Estado un 45%; en España tienen un 51% el Estado, un 35% las autonomías y un 14% los municipios. En 2008 la Unión Europea propuso ampliar la jornada laboral máxima de 48 a 65 horas semanales; la New Economics Foundation (Reino Unido) defiende la viabilidad económica y la necesidad ecosocial de una jornada de 21 horas. En algunas zonas de Estados Unidos, la necesidad de limpieza viaria ha disminuido entre un 30% y un 40% desde que se ha implantado el sistema de devolver los envases a los comercios.



LEYENDO OPCIONES NO PUEDO EVITAR SONREIRME, A VECES. PAÑALES DE TELA, AL TRABAJO EN BICI, DECRECIMIENTO... A VER, ESTÁ MUY BIEN, PERO CON LOS PIES EN EL SUELO.

ESTOS DE OPCIONES SON MAJOS, PERO SI TE DESCUIDAS TE COMPLICAN MUCAO LA VIDA. A VECES LES HAGO CASO PERO EN GENERAL HAGO LO QUE PUEDO, QUE NO ES FÁCIL.





TRES RECOPILATORIOS

La sección **Visiones que se extienden** recogerá citas de autores diversos, heterogéneos en ideología y en papel y relevancia social, que coincidan en diagnósticos sobre el modelo actual y en tendencias que piensan que es posible, o deseable, que sigamos.

Seguiremos teniendo la sección **Mundo en Movimiento**, que recoge iniciativas de cambio que ofrecen diferentes entidades, movimientos, empresas, etc. y que van en la línea de cambio que promovemos.

La sección **Brechas para transformar** recopilará realidades actuales y propuestas que pueden abrir camino en temas importantes desde el punto de vista del cambio de modelo: recursos naturales, residuos, infraestructuras y modelos de transporte, comportamiento de los poderes económicos y políticos ... Son el tipo de contenidos que en la anterior etapa venían en las secciones Trampas, Viajes o Porqués.

PRÁCTICUS, LÚCIDIS, CÍNICUS Y LAS GEMELAS RESPONSABILIS

A parte también se nos han colado en la Opciones renovada unos curiosos consumidores conscientes que se empeñan en dar su parecer a nuestros textos. Tras la sorpresa y, para qué negarlo, cierta desconfianza inicial, les hemos cogido cariño. Además, nos ayudan a entender nuestros propios dilemas. Esperamos que a vosotros también os agrade su impredecible e inspiradora presencia. Los dibujos son de Adrián Miguel.

COMPLEMENTO CON LA WEB

Otra novedad es que explotaremos más la herramienta internet: para complementar los contenidos que no podamos dar con suficiente extensión en la revista, para vehicular la participación en Opciones y para visibilizar y compartir los frutos que se vayan obteniendo en la línea de un nuevo modelo de consumo y de economía en general.

NUEVO LOOK

¡La revista también estrena aspecto! En el nuevo diseño hemos mantenido la cabecera y los dos colores “de Opciones”, ¡aunque parece que haya un tercero! Los iconos de las nuevas secciones los ha dibujado Carlos Velasco. Y, en la edición en castellano hemos traducido el nombre de la revista, para facilitar su divulgación.

¿Qué os parece?

En el ejemplar que tenéis en vuestras manos ya podéis ver a los nuevos contenidos “en acción”, excepto la sección *Brechas para transformar* que en este número ha cedido sus páginas a esta presentación.

Esperamos que sigáis creyendo que Opciones tiene una línea y una función atinadas, y que os dé ánimos y herramientas para **divulgar la visión y la práctica del consumo consciente y transformador** en vuestros entornos. **PODEMOS Y LO TENEMOS QUE HACER DE OTRA MANERA.**

¡Estamos en contacto! revistaopciones.org, cric@pangea.org, 93 412 75 94. También nos podéis encontrar en Facebook con el nombre *Revista Opciones. Consumo y estilos de vida transformadores.*

¿OPCIONES? PUES SÍ, ME RESULTA ÚTIL LA INFORMACIÓN, PERO SOBRE TODO ME SIRVE PARA PARARME Y CONECTAR CON NUESTRO SENTIDO COMÚN, CON LO QUE ME SALE FÁCIL.

