

¿Una camiseta al precio de tres?

OLIVIA MUÑOZ-ROJAS

DOCTORA EN SOCIOLOGÍA POR LA LONDON SCHOOL OF ECONOMICS

Las marcas verdes y de comercio justo corren el riesgo de convertirse en privilegio de aquellos segmentos de la población que puedan permitirse pagar un poco más



El segundo aniversario del colapso del complejo textil Rana Plaza en Bangladesh en el que murieron más de mil personas no pasó desapercibido en el Foro Anual de la OCDE celebrado en París a principios de junio y que reúne a líderes políticos, de la sociedad civil y a la opinión pública. Si bien el mantra oficial del Foro fue «invertir, invertir, invertir» para salir definitivamente de la crisis económica global, el trágico accidente sirvió de recordatorio y de aviso de las consecuencias fatídicas del sistema productivo actualmente imperante. Se habló de asegurar una inversión de calidad y, más concretamente, de una inversión ética y sostenible que garantice cadenas de producción y suministro socialmente responsables y respetuosas con el medio ambiente. Se dijo que un cambio del modelo productivo pasa por una demostración de voluntad política por parte de los Estados (que, finalmente, son los que regulan las condiciones para la inversión), una visión de negocio diferente por parte de las empresas y una mayor coordinación entre ambos. En este cambio, los consumidores también tienen un papel. Varios participantes del Foro llamaban al ciudadano de a pie a consumir de manera informada y consciente. Si bien, reconocían, ello exige tiempo y dedicación, la decisión de comprar un producto u otro (o no comprar) es un instrumento poderoso para reorientar a la oferta y, por ende, la manera de producir. ¿Están los consumidores dispuestos a cambiar sus preferencias?

Para recordar la catástrofe del Rana Plaza, la plataforma Fashion Revolution celebró el Día de la Revolución de la Moda el pasado 24 de abril con una serie de acciones, entre ellas, la colocación de un expendedor de camisetas blancas a dos euros en la Alexanderplatz de Berlín. A los compradores interesados, la máquina les invitaba a donar los dos euros tras haberles mostrado a las personas, en su mayoría mujeres y niños, que fabrican las camisetas, sus condiciones de trabajo y el sueldo mísero que reciben. El que la mayoría eligiera donar demuestra, según los organizadores, que cuando la gente está informada se preocupa por las implicaciones de lo que consume. Conviene recordar que la industria textil no solamente carga con el estigma de la explotación laboral, sino que es la segunda más contaminante después de la petrolífera. Con campañas como esta se busca informar y concienciar, sobre todo a los jóvenes, de lo que hay detrás de las marcas de ropa que compran e, indirectamente, promover la 'moda lenta'

o 'slow fashion' como alternativa a la moda rápida de masas. La moda lenta ofrece al consumidor comprar menos prendas, pero de mayor calidad y fabricadas responsablemente. Uno de los retos del movimiento lento son los precios poco competitivos de sus productos (la camiseta más sencilla de una de las marcas pioneras de moda lenta cuesta casi 32 euros). ¿Puede todo el mundo permitirse comprar

menos por más dinero?

Algunos invitados al Foro de la OCDE señalaban que no es ni suficiente ni deseable que existan marcas responsables y otras que no lo son. No se le puede dar la opción al consumidor de consumir responsablemente o no: todas las marcas y productos deberían cumplir los mismos criterios ético-sociales y medioambientales. En ese sentido, actualmen-

te, las marcas verdes, de comercio justo, etc., corren el riesgo de convertirse en privilegio de aquellos segmentos de la población que pueden permitirse pagar un poco más, generando así una división entre consumidores responsables y otros que no lo son (o no lo pueden ser). Sin embargo, lo cierto es que incluso el que puede gastar poco tiene la opción de comprar tres camisetas a cinco euros cada una o una por quince euros de mayor calidad que le durará lo mismo (o más) que las otras tres camisetas juntas. El cambio de modelo de consumo pasa por un cambio de mentalidad. A diferencia del trabajador que no puede dejar de trabajar sin arriesgar su subsistencia, «el hipercapitalismo no ha inventado aún la estructura material para encadenar al consumidor a la sociedad de consumo», explica el politólogo francés Paul Ariès. Para Ariès, es el placer ficticio que nos genera el acto de comprar lo que nos impide dejar de hacerlo, pero no existe una atadura material como la que nos liga al trabajo: no arriesgamos nuestra supervivencia por consumir menos. Es probable que conforme se imponga la moda lenta en el imaginario colectivo no esté mal visto 'repetir' ropa e, incluso, se verá mal estrenarla con demasiada frecuencia.

Al mismo tiempo, debe ser una prioridad para los Estados apoyar y promover a las empresas que producen bienes y servicios responsables y sostenibles para que puedan ofrecer precios competitivos al alcance de la mayoría. Como lo es regular los criterios de responsabilidad ética y medioambiental para evitar que su diseño y aplicación se convierta en negocio de las consultorías. El que desde la OCDE se hable de inversión de calidad y se señalen todas estas cuestiones es positivo. Quiere decir que, poco a poco, este ideario irá permeando las políticas de los países más desarrollados. Pero el camino es largo. Hace apenas dos semanas que se lograron reunir por fin, gracias a una donación anónima, los más de dos millones de dólares que faltaban para alcanzar los 30 previstos en indemnizaciones para los afectados del Rana Plaza. El que se tardara más de dos años en reunir la cantidad establecida —por lo demás irrisoria en proporción a los beneficios de las multinacionales implicadas— no invita, precisamente, a un exceso de optimismo. En todo caso, como consumidores, en nuestra pequeña parcela, tenemos el poder de decidir cotidianamente qué consumimos y qué no; si bien, de momento, depende en buena medida de nosotros averiguar qué bienes y servicios son menos dañinos con nuestros congéneres y el planeta.

Vísperas electorales conflictivas

MARGARITA SÁENZ-DÍEZ

Ala espera de lo que digan las urnas de fin de año, jamás en nuestra democracia el panorama previo a unas elecciones generales ha sido tan movedizo, multicolor, embarrizado, sorprendente, convulso.

La consulta que se celebrará en Cataluña el 27 de septiembre, plebiscitaria en la práctica, conducirá a un Parlamento en buena medida partidista y, por tanto, difícilmen-

te gobernable que reflejará con claridad el entusiasmo y/o el rechazo a la independencia.

En el último minuto, el Gobierno de Rajoy derrocha promesas sin cuento. Son tantas y tan variadas que hasta resultan ridículas. Busca conseguir un resultado decente, como mínimo. Mientras, mantiene cara de póker ante las nuevas inmundicias de la 'operación Púnica' que afloran diariamente.

El déficit de la Seguridad So-

cial supera los 30.000 millones cuando el mantenimiento de las pensiones es la única alternativa vital para nueve millones de españoles.

Concluida su larga travesía del desierto, el Partido Socialista marca tendencia y Pedro Sánchez consolida su autoridad, pero el último escándalo de la concesión irregular de los derechos mineros de Aznalcóllar es la gota que colma el vaso de los desmanes de la Andalucía socialista.

Los dos partidos emergentes, Podemos y Ciudadanos, apuntan varias grietas. Desde su desafío al bipartidismo, que anunciaba dar la vuelta completa a la tortilla, han quedado reducidos a complementos necesarios, eso sí, de los dos grandes partidos.

Por no hablar del escándalo Rato... ¿Fue alguna vez vicepresidente económico del Gobierno?

Pero como grandes males requieren grandes remedios,

las cabezas pensantes del Partido Popular estudian con febril dedicación un eventual cambio en la ley electoral, que garantizara el control de los partidos mayoritarios en el Parlamento español. Una movida de cuidado.

No sería de aplicación en las próximas elecciones generales, asegura la secretaria general, María Dolores de Cospedal. Pero el estudio está en marcha y se concreta en dar un plus de escaños a la lista más votada, para evitar coaliciones parlamentarias indeseadas. Algo que recuerda al interruptus proyecto de ley que buscaba que gobernara el ayuntamiento la lista más votada.

Para su puesta en práctica

necesitaría el apoyo del Partido Socialista, que no está en absoluto por la tarea, además de provocar un escándalo político mayúsculo: las reglas de juego no se pueden cambiar al final del partido.

Será mejor confiar en la creciente voluntad de participación ciudadana que registran los estudios de opinión, frente a este panorama movedizo, desconcertante. Y dejar en manos de la voluntad popular la forma de poner punto final al deterioro, y de encarrilar una nueva etapa. Al parecer, muchos de los que votaron en las municipales ya dieron a entender que querían 'políticos/limpios/buenas personas'. Está claro.