

Trăiește mai bine

Îndrumar de ecologie umană

ediția a II-a

Anca Elena Gheorghică



Trăiește

Q

Pândește



Conținut

Partea întâi

GÂNDEȘTE GLOBAL 9

1. Dimensiunea economică.

Abordarea critică a noțiunii de dezvoltare 11

- 1.1. Deziluzia dezvoltării durabile 11
- 1.2. Repere cronologice 12
- 1.3. Evadarea din economie ca sistem de reprezentare 14
- 1.4. Revoluția științifică și apariția noțiunii de lume ca mașină 16
- 1.5. Instrumentele pentru avansarea creșterii economice 19

2. Dimensiunea socială. Reflectarea asupra neajunsurilor globalizării 28

- 2.1. Diviziunea satului global 28
- 2.2. Omogenizarea culturii 32
- 2.3. Relații instrumentale și alienare 33
- 2.4. Eroziunea psihicului uman 35
- 2.5. Pierderea democrației și a civismului 37

3. Dimensiunea ecologică. Înțelegerea limitelor naturale ale dezvoltării 39

- 3.1. Dificultatea răspândirii beneficiilor creșterii la nivel global 39
- 3.2. Consens în creștere cu privire la criza ecologică 40
- 3.3. Dincolo de limite? 40
- 3.4. Schimbările climatice 41

3.5. Amprenta ecologică 44

3.6. O planetă doar pentru oameni? 46

Partea a doua

ACȚIONEAZĂ LOCAL 50

1. Reînșușirea timpului 52

- 1.1. Repere cu privire la pierderea timpului 52
- 1.2. Timpul ocupat – Transformare cantitativă și calitativă a muncii 54
- 1.3. 21 de ore lucrătoare pe săptămână? 55
- 1.4. Timpul liber: O nouă relație cu timpul 57
- 1.5. Elogiu lentorii 61

2. Simplificarea traiului 63

- 2.1. Conceptualizare 63
- 2.2. Simplitatea voluntară 65
- 2.3. Bucuria de a trăi prin simplitate voluntară 65
- 2.4. Implicațiile alegerii unui trai mai simplu 67

3. Abordarea critică a consumului 74

- 3.1. Câțeva principii de consum critic 75
- 3.2. Cumpărături conștiente 76
- 3.3. Locuri de consum 81
- 3.4. Practici de consum critic, responsabil 82
- 3.5. Etichete 83

3.6. Studiu de caz – Spațiu de consum sustenabil 87

4. Favorizarea hranei sustenabile 90

- 4.1. Alimente naturale 91
- 4.2. Reducerea consumului de produse de origine animală 92
- 4.3. Alimente locale și de sezon 93
- 4.4. Cumpărare și reducerea risipei alimentare 94
- 4.5. Produse provenite din comerțul echitabil, cinstit 94

5. Realizarea de cumpărături responsabile 96

- 5.1. Băuturi 96
- 5.2. Ciocolata 97
- 5.3. Bijuterii 99
- 5.4. Multimedia, calculatoare și accesorii 100
- 5.5. Cosmetice și produse de igienă 103
- 5.6. Hârtie și produse de birotică 105
- 5.7. Îmbrăcăminte 107
- 5.8. Jucării și produse pentru copii 110
- 5.9. Mașini? 113

6. Reducerea generării de deșeuri 117

- 6.1. Gesturi minore cu implicații majore 118
- 6.2. Colectarea selectivă și reciclarea 120
- 6.3. Colectarea selectivă în instituțiile publice 134
- 6.4. Compostarea 135

7. Vacanțe 137

- 7.1. Costuri sociale asociate cu activitățile turistice 138
- 7.2. Turismul durabil – definiții și conceptualizare 138

7.3. Sfaturi pentru un călător responsabil 139

7.4. Vacanțe cu impact pozitiv în România 144

8. Reînsușirea spațiului 150

8.1. Relocalizarea 150

9. Practicarea grădinăritului urban 158

- 9.1. Scurtă punere în context 160
- 9.2. Beneficii de natură ecologică, socială și economică 161
- 9.3. Repere și sfaturi generale 161
- 9.4. Carta grădinăritului urban 162
- 9.5. Permacultura 168

10. Sprijinirea rețelelor alimentare alternative 171

- 10.1. Teikei – modelul pionier japonez 175
- 10.2. Agricultură sprijinită de Comunitate – modelul anglofon 176
- 10.3. Grupurile de Achiziții Solidare din Italia 177
- 10.4. Asociațiile de Menținere a Agriculturii Țărănești în Franța 179
- 10.5. Asociațiile de Sprijin a Agriculturii Țărănești 180

11. Implicarea civică 182

- 11.1. Voluntariatul 182
- 11.2. Grupul de inițiativă locală 184
- 11.3. Adunările publice 184
- 11.4. Participarea publică 192
- 11.5. Boicotul 199
- 11.6. Nesupunerea civică 200

Referințe 201

Acronime 205

PARTEA I





Gândește global

Așa cum istoria ne-a arătat frecvent cu alte ocazii, nimic nu este mai dăunător progresului veritabil al umanității decât perioadele de orbire colectivă.

CHARBONNEAU, 2011:93

Ecologia umană urmărește înțelegerea relațiilor oamenilor cu mediul înconjurător, cu toate dimensiunile acestuia – natura, societatea și economia, precum și a interrelațiilor dintre acestea și recunoașterea interdependenței ca atribut definitoriu al lumii contemporane.

O gândire globală implică o atare ecologie mentală și abordarea critică a realității contemporane. Pentru *a acționa diferit și pentru construirea unui viitor mai bun, oamenii au nevoie de capacitatea de evadare din șabloanele impuse. Adopțarea unui comportament alternativ sau dizident este însă o adevărată provocare în societatea actuală, inundată de mesaje care ne ghidează în direcții opuse*, transmise prin instrumente media din ce în ce mai sofisticate.

A trăi mai bine presupune debarasarea imaginarelor individuale și colective de ideea sau credința că mai mult înseamnă mai bine. Vieți bune pot fi obținute cu

mai puține costuri și economia trebuie să fie capabilă să definească ceea ce e suficient. Un trai alternativ presupune o reflexie profundă asupra naturii umane și o dublă conversie în raportarea oamenilor la mediile în care își desfășoară viața: pe de o parte o reconsiderare a relației de subordonare față de mediul economic și, pe de altă parte, revizuirea relației de dominare față de mediul natural.

În această primă parte oferim repere pentru înțelegerea mai bună a neajunsurilor dezvoltării din ultimele decenii.

Așa cum vom înfățișa pe parcursul următoarelor pagini, dezvoltarea recentă nu numai că s-a realizat în detrimentul echilibrelor naturale și al balanțelor sociale, ci este pusă cu atât mai mult în discuție cu cât evidențe multiple arată că din anii '70 nu mai contribuie în mod semnificativ la sporirea calității vieții populațiilor din țările dezvoltate.



Partea întâi este structurată în trei capitole dedicate celor trei dimensiuni ale dezvoltării – mediul natural, mediul social și mediul economic. Începem cu ultimul, pentru că, din păcate, economia a avut prioritate în politicile publice dedicate dezvoltării globale. Paradigma convențională sacrifică atât mediul natural, cât și pe cel social pentru satisfacerea intereselor economice. Pentru o dezvoltare cu adevărat sustenabilă, acestea trebuie subordonate celor sociale și ambele trebuie să respecte limitele naturale.

1. Dimensiunea economică. Abordarea critică a noțiunii de dezvoltare

Viziunea dezvoltării care a inspirat eforturi internaționale de peste patru decenii este, precum o specie aflată în pericol, pe cale de dispariție. Nu este vorba de un declin temporar de interes sau de voință politică; nu este o consecință a unei recesiuni economice pe termen scurt în nordul industrial. Mai degrabă, ideea dezvoltării în sine dispare din peisajul internațional ca o consecință directă a schimbărilor și discontinuităților masive ale timpurilor noastre. Ea face parte din mai marele – și, de asemenea, pe cale de dispariție – ethos occidental, care a considerat că progresele în domeniul științei și tehnologiei ar duce în mod necesar și inevitabil la îmbunătățiri în bunăstarea oamenilor și chiar a pământului.

KEITH BEZANSON, 1992

11

1.1. Deziluzia dezvoltării durabile

Conceptul dezvoltării durabile a fost utilizat în fundamentarea a numeroase acorduri, strategii sau politici publice, devenind un laitmotiv în guvernarea instituțională, în mediul academic și în sistemele educaționale. Economiiile globale au crescut și s-au dezvoltat în ultimele decenii în termenii produsului intern brut – PIB, însă modelul de dezvoltare adoptat ridică multiple întrebări: Ce fel de creștere reală am avut? În ultimii douăzeci de ani de creștere, cea mai mare parte a oamenilor de pe glob și cele mai multe dintre

sistemele planetare care le sprijină existența se află într-o situație mai bună sau mai rea? Conceptul dezvoltării durabile pus în practică face societățile din țările dezvoltate, în curs de dezvoltare sau subdezvoltate mai înstărite, mai fericite și mai sănătoase?



1.2. Repere cronologice

1972

Clubul de la Roma a publicat raportul *Limitele Creșterii* – un moment de referință în istoria mișcărilor politice de mediu și intelectual-academic;

Conferința Națiunilor Unite cu privire la Interacțiunea Umană cu Mediul la Stockholm – importanța guvernantei ghidate de o dezvoltare durabilă s-a extins considerabil la nivel local, regional și internațional.

1987

Publicarea Raportului Brundland (*Viitorul Nostru Comun* sau *Our Common Future*, în limba engleză) – introducerea pentru prima dată oficial în sfera politică a nevoii integrării dezvoltării economice cu protecția mediului și echitatea socială.

1992

Desemnarea dezvoltării durabile drept viziune călăuzitoare prin Conferința Națiunilor Unite pentru Mediu și Dezvoltare – *Summitul Pământului*, la Rio de Janeiro – un eveniment fără precedent la nivel global în care participanții și-au luat angajamentul de a conlucra pentru o dezvoltare durabilă a lumii, deși cea mai mare parte a înțelegerilor asupra cărora s-a agreat n-a avut o valoare legală.

Declarația de la Rio definește principiile pentru relațiile dintre state și cele dintre state și cetățeni cu privire la relația dintre mediu natural și dezvoltare. Agenda 21 este un document programatic de

acțiune pentru secolul XXI cu recomandări pentru toate domeniile politicilor publice. De asemenea, la Rio, au fost adoptate convenții cu rol de instrumente pentru protecția mediului la nivel global cu caracter de obligativitate prin dreptul internațional: Convenția Cadru a Națiunilor Unite pentru Schimbări Climatice, Convenția pentru Biodiversitate Biologică și Convenția pentru Combaterea Deșertificării.

1997

Protocolul de la Kioto, aprobat de toate țările membre ale Convenției Cadru a Națiunilor Unite pentru Schimbările Climatice (un număr total de 189 la momentul respectiv) – primul și singurul acord internațional cu caracter de obligativitate pentru reducerea emisiilor gazelor cu efect de seră care generează schimbările climatice; intrat în vigoare în 2006, a rezultat într-un impact minor asupra scăderii concentrațiilor gazelor cu efect de seră și asupra temperaturii. O sută optzeci și patru de țări au semnat și ratificat acordul pentru perioada cuprinsă între anii 2008 și 2012, iar în anul 2013 erau 192 de părți membre (191 de state și o organizație de integrare economică regională). Statele Unite ale Americii s-a retras în anul 2001 și Canada în anul 2011.

2002

Summitul Global pentru Dezvoltare Durabilă a avut loc la Johannesburg marcând 10 ani de la Summitul Pământului. Într-un climat de frustrare

din cauza lipsei progresului în direcția dezvoltării durabile, Summitul Rio +10 a promovat parteneriatele pentru avansarea sustenabilității¹ și a urmărit integrarea celor trei dimensiuni în politicile de dezvoltare la toate nivelurile prin adoptarea Planului de Implementare de la Johannesburg.²

2009

Conferința de la Copenhaga – marcarea termenului-limită pentru finalizarea negocierilor și acordul asupra unui cadru pentru combaterea schimbărilor climatice în perioada de după anul 2012; liderii lumii au eșuat din nou în a livra ceea ce au promis, negociind în virtutea unor interese limitate. Acordul realizat nu stabilește ținte obligatorii de reducere a emisiilor pentru statele dezvoltate.

2010

Summitul Climatului din Cancun – principiile care stau la baza protocolului Kioto au fost reafirmate, însă țările G8/G20 au eșuat în furnizarea unui acord internațional cu privire la măsurile și politicile publice de implementat pentru a atinge țintele propuse.

2012

Summitul RIO +20 – aniversarea a 20 de ani de la Conferința Națiunilor Unite pentru Mediu și Dezvoltare.

2015

Acordul de la Paris, semnat în cadrul COP21, înlocuiește Protocolul de la

Kioto. Părțile semnatare (195 la începutul anului 2019) au agreeat asupra limitării încălzirii globale sub 2°C.

În ciuda aspectelor pozitive conceptualizate prin sintagma dezvoltării durabile, în practică, efectele nefaste ale creșterii economice nu au putut fi contracarate. Din contră, acestea au un impact negativ din ce în ce mai pronunțat. Ceea ce face contextul actual diferit este globalizarea economică prin care imperativul dezvoltării și creșterii este transferat celorlalte țări și efectele negative ale externalităților economice devin transnaționale.

Recenta condensare a economiei globale ne reamintește de consecințele unei creșteri fără măsură. Însă efectele recesiunii financiare pălesc în comparație cu apariția crizelor ecologice și sociale. Examinând literatura care tratează delicata problemă pe care o pune criza recentă, observăm abundența abordării dimensiunii economico-financiare în detrimentul celorlalte fațete ale acesteia: socio-culturală, respectiv ecologică.

Prin urmare, deși **criza din 2008 a fost una multidimensională și necesita o abordare holistică, interdisciplinară**, s-a scris și s-a vorbit cu precădere despre condensarea financiară și mai puțin despre aplicațiile epuizării resurselor naturale, tendințele nesustenabile de consum, sporirea inechității, riscurile omogenizării culturii etc.

¹ www.johannesburgsummit.org

² http://www.johannesburgsummit.org/html/documents/summit_docs/2309_planfinal.htm

Este din ce în ce mai acceptat că această criză a fost alimentată de creșterea frenetică din deceniile precedente, susținută ca principal obiectiv în rândul economiștilor și politicienilor. Se vorbește frecvent despre caracterul ciclic al crizelor, ceea ce determină o atitudine pasivă în fața acestor turbulențe văzute ca realități *sine qua non* în istoria dezvoltării economice. Într-adevăr, omenirea s-a confruntat cu crize de-a lungul istoriei cunoscute, însă criza recentă se distinge printr-un principal element cu totul nou: este o criză a unei economii fictive, generată de o bulă speculativă a cărei valoare reală nu poate fi aproximată, asupra căreia s-a pierdut controlul și care modelează activitățile economice de pretutindeni. Altfel spus, dacă în sistemele precapitaliste crizele desemnau o producție insuficientă și *prea puțin* era disponibil pentru nevoile oamenilor, **criza actuală este expresia a *prea mult*, a unei dezvoltări dincolo de mijloacele noastre, a unei creșteri iraționale.**

De la începutul secolului nostru se remarcă o renaștere în forță a criticilor aduse creșterii și dezvoltării. Mesajul central este importanța acordării unei priorități dezvoltării calitative în locul celei cantitative. Abandonarea imperativului creșterii economice și respingerea produsului intern brut ca măsură pentru evaluarea progresului și a performanței economice sunt revendicări-cheie transmise de aceste critici.

Pozițiile critice care provoacă conceptul de dezvoltare pot fi interpretate ca o extensie a rezistenței la capitalism, unii

apărători ai acestor critici considerând că **dezvoltarea reprezintă pentru capitalismul modern ceea ce misiunea civilizatoare a fost pentru colonialism, o universalizare a capitalismului, o occidentalizare a lumii, o dezrădăcinare, o creștere a heteronomiei în detrimentul autonomiei societăților, un etnocid pentru celelalte culturi (de exemplu: Serge Latouche, 2004/2009, 2010, 2011b).**

1.3. Evadarea din economie ca sistem de reprezentare

Chiar dacă dezvoltarea a luat forme variate în încercarea de a recâștiga o mare parte din credibilitatea pierdută, printr-o reconstruire a conceptului în dezvoltare durabilă, dezvoltare socială, dezvoltare umană și/sau dezvoltare locală, mentalitatea consumeristă și rețeta universală pentru creștere economică rămân, în mare parte, neatinse. Interogarea critică a noțiunii de dezvoltare – componentă a criticii mai ample față de capitalism și globalizare – are ca scop deschiderea drumurilor pentru construirea unei post-dezvoltări și evadarea din logica socio-economică actuală.

Găsirea unei alternative realiste la creșterea sau dezvoltarea cantitativă presupune imaginarea unor **relații economice subordonate intereselor sociale și concepute în funcție de factorii limitativi ai mediului natural, o viziune asupra cunoașterii care să o valorizeze pe cea tradițională, estetică sau intuitivă, cel puțin la fel de mult ca pe cea științifică, o nouă concepție a bogăției care să acorde prioritate bunurilor**



nemateriale și o redefinire a progresului în termeni calitativi.

Fiecare popor și fiecare cultură au propria concepție de a trăi bine, și civilizația nu are aceeași conotație pretutindeni, însă, sub imperiul economiei, diferențele și diversitatea sunt nivelate sau șterse. În majoritatea țărilor care nu au avut contact puternic cu Occidentul, viziunea dezvoltării este absentă. Conceptul lipsește în numeroase culturi, iar pentru multe altele traducerea lui se referă la alte aspirații decât la progres. Pretenția de universalitate a acestui concept este, prin urmare, puternic eronată, viziunea dezvoltării fiind din ce în ce mai contestată chiar și în lumea occidentală.³

În comunitatea Quechua (oamenii din Anzii Centrali ai Americii de Sud), ideea de dezvoltare este redată de expresia „a munci frumos pentru răsăritul următor“.

Poziția economiei în lumea modernă este atât de centrală, societatea în care trăim este practic în (prea) mare măsură subordonată acesteia. Realitatea contemporană este foarte diferită de cea din Evul Mediu, când activitatea economică era înrădăcinată în moralitate și existau limite și restricții clare cu privire la interferența intereselor economice în alte probleme. A căuta să ai mai mult nu era considerat o întreprindere, ci o formă de avariție, un păcat capital. În sistemul medieval, economia era servitorul oamenilor și activitățile economice reprezentau un mijloc spre

³ Latouche 2004/2009: 73–78

o finalitate. Astăzi, destinul omului a devenit cel de a contribui la creșterea economică, nu pentru propria necesitate, fericire sau bunăstare, ci ca scop în sine. Această tendință a început să se manifeste în perioada dintre Renaștere și Epoca Luminilor, când modernitatea a emers concomitent cu căutarea unei noi societăți umane bazate pe rațiune. Importanța pentru dezvoltarea gândirii raționale sau științifice și pentru avansarea capitalismului a fost transformarea mai timpurie de la economia de tip troc la economia monetară, cu structura internațională a creditelor și dependența de simbolurile abstracte ale bunăstării, precum aurul sau banii. Astfel, în societatea medievală târzie și la începutul modernității, a avut loc inocularea valorii de mai mult, respectiv a valorilor cantitative.

Suntem urmași ai Epocii Luminilor și moștenitori ai modernității, astfel încât consecințele dezvoltării, bune sau rele, sunt în parte ireversibile. În timp ce nu putem (și nu ar fi foarte înțelept să o facem) arunca toate consecințele materiale ale dezvoltării, construcțiile mentale sunt reversibile și le putem reorienta în direcția evadării din economie ca sistem de reprezentare și eliberării de imperativul creșterii și dezvoltării. O societate mai bună nu va aboli banii, piețele, salariile sau alte instituții. Totuși, nu va fi nici o societate dominată de acestea, cu valori cantitative primând asupra celor calitative, ci una în care relațiile mijloace-finalități dintre societate și economie sunt inversate.

1.4. **Revoluția științifică și apariția noțiunii de *lume ca mașină***

Teoriile economice predominante asociază activitatea economică cu un mecanism newtonian ce dezvoltă reale posibilități de autoregenerare. Potrivit acestora, nu facem altceva decât să urmărim o economie globală ce funcționează pe baza primei legi a termodinamicii, conform căreia, nimic nu se pierde, nimic nu se creează, ci totul se transformă. Pornind de la acest principiu, cei mai mulți economiști au prezentat activitatea economică drept o mișcare de pendul, între cerere și ofertă, unde orice dereglare poate fi surmontată printr-un preț corect, care nu poate fi decât al pieței libere.

Originea acestui cusur stă în sistemul de valori aflat la baza culturii moderne, formulat între anii 1500 și 1700, când a avut loc o schimbare importantă în întregul mod de gândire a oamenilor și a modelului în care aceștia își imaginau lumea, fapt care a devenit baza paradigmei care a dominat dezvoltarea umanității în ultimele patru secole. Această schimbare a coincis cu epoca revoluției științifice inițiate de Nicolas Copernicus, care a răsturnat viziunea geocentrică conform căreia Pământul era centrul universului, viziune întregită ulterior de Johannes Kepler. La scurt timp, Galileo Galilei a susținut excluderea din preocupările științifice a proprietăților necuantificabile – vederea, sunetul, pipăitul, gustul și mirosul – ceea ce a dus și la dispariția esteticii, eticii,

valorilor, sentimentelor, sufletului și conștiinței.

Apoi, cu Francis Bacon, scopul științei a devenit cunoașterea ce poate fi utilizată pentru a domina și controla natura. Natura, după părerea lui, trebuia să fie „urmărită în rătăcirile ei“, „obligată să servească“ și „transformată în sclav“. Ea trebuia „supusă restricțiilor“, iar scopul omului de știință era „să o tortureze pentru a o face să-și dezvăluie secretele“⁴. Bacon a contribuit la alterarea profundă a viziunii antice asupra naturii ca mamă ocrotitoare, accentuată mai apoi de introducerea noțiunii de lume ca mașină de către René Descartes (care, la fel ca Galilei, considera că „**limbajul naturii este matematică**“ și împărtășea viziunea lui Bacon că scopul științei ar fi dominarea naturii).

Apogeul revoluției științifice a fost realizat de Isaac Newton, autorul unei formule matematice complete pentru viziunea mecanicistă asupra naturii. Această viziune carteziană asupra lumii ca mașină a avut drept consecință modelarea cunoștințelor științifice în secolele al XVIII-lea și al XIX-lea după mecanica newtoniană. Oamenii de știință, urmărind să ofere mai multă rigoare modelelor pe care le-au dezvoltat, au recurs la matematică și la analiza carteziană, aplicând modelul mecanicist al universului în fizică, chimie, psihologie și științele sociale. În consecință, decizii majore care afectează milioane

de oameni și cele mai multe dintre ecosistemele lumii sunt bazate pe modelele economice care, deși consistente și sofisticate din punct de vedere matematic, ignoră legile elementare ale naturii.

Acest reducționism prin care relațiile economice devin schimburi echivalente reprezintă una dintre cele mai importante critici aduse științei economice conform căreia lumea este deterministă, mecanică, absolută și sigură, iar piața liberă funcționează ca un sistem auto-reglator controlat de legile universului fără nevoia intervenției oamenilor. Așa cum planetele și particulele sunt mișcate dintr-o parte în alta după legile mișcării fizicii newtoniene, persoanele acționează după legile piețelor, iar modelele economice sunt ghidate de curbele cererii și ofertei, funcționând în același fel ca modelul echilibrului mecanic. Acestea prezintă procesul economic ca un ciclu de producție și consum izolat care nu induce schimbări calitative în sistem (mediul natural) și nu este afectat de aceste schimbări calitative. În realitate, tocmai aceste schimbări sunt cele care fac diferența între mediul mecanic și mediul natural.

Astăzi, fizicienii au două teorii pentru a descrie universul, teoria generală a relativității și mecanica cuantică. Aceste teorii diferă în mod fundamental, iar conceptele pe care se sprijină sunt în contradicție directă unele cu altele.

⁴ Citat de Capra, 1982:s47



Acest pluralism radical în fizică apare ca necesitate, ca răspuns la complexitatea obiectului de studiu – universul.

Fizica modernă, prin autori precum Einstein, Louis-Victor de Broglie sau Schrödinger, ne arată că lumea nu este structurată după cum au considerat Newton și contemporanii săi, ci este mai degrabă nedeterminată, relativă, holistică, subiectivă și nesigură.

1.5. Instrumentele pentru avansarea creșterii economice

Mass-media și industria publicitară

Industria publicitară deține al doilea buget mondial după cel al armamentului, cheltuielile anuale pentru publicitate la nivel global ridicându-se la aproximativ 500 de miliarde de euro⁵. Sumele colosale investite în publicitate permit acesteia să invadeze spațiul public, colectiv, care devine de fapt un spațiu privat, însușit din ce în ce mai mult de companiile comerciale. Afișele, panourile publicitare de pe străzi, din instituțiile publice, inclusiv în școli, licee și universități sau din mijloacele de transport dețin mesaje comerciale în proporție aproape totală, cele care dețin informații de interes public ocupând un spațiu marginal, iar mesajele sociale, de exemplu cele de încurajare a spiritului civic, lipsesc cu desăvârșire. Activiștii sau reprezentanții societății civile nu pot concura cu fondurile marilor companii

și nu există politici publice care să permită accesul gratuit sau cu costuri reduse al acestora la sistemele de publicitate stradală. Nu numai spațiul public este monopolizat de publicitate, ci și cel privat, individual sau familial. Locuitorii țărilor dezvoltate petrec în medie 3 ore pe zi în fața televizorului. Cum programele TV, ca toate celelalte elemente mass-media, sunt finanțate de publicitate într-o majoritate covârșitoare, dependența de publicitate face ca acestea să nu poată decât să consolideze sistemul căruia le datorează existența. Cei mai tineri sunt primii vizați, mai ales pentru că se știe că deciziile pe care le iau părinții sunt influențate de copiii lor.

Bine de știut

- După un sondaj adresat directorilor unora dintre cele mai mari firme americane, 90% dintre ei au recunoscut că ar fi imposibil să vândă un nou produs fără o campanie publicitară, 85% au declarat că publicitatea convinge lumea să cumpere lucruri de care nu are nevoie și 51% au mărturisit că, de asemenea, publicitatea face ca oamenii să cumpere lucruri pe care nu și le doresc cu adevărat.
- Un adult primește în medie 2 000 de mesaje comerciale zilnic.
- Kale Lasn, fondatorul Fundației Adbusters și editorul-șef al publicației omonime, consideră publicitatea cel mai toxic și mai predominant

⁵ Latouche, 2011c:34

poluator mental și publicitatea corporatistă sau media comercială, cel mai mare proiect psihologic realizat vreodată de rasa umană, al cărei impact asupra noastră rămâne necunoscut și, în mare parte, ignorat.

Totodată, mass-media distrage atenția publicului sau dă o vizibilitate redusă unor probleme esențiale. Are o capacitate colosală de ocultare și de divertisment, privilegiind în mod sistematic superficialitatea în detrimentul analizei, astfel încât o doză semnificativă de expunere la acest tip de media constituie o spălare de creier veritabilă, care împiedică indivizii să gândească ei înșiși și să aibă o imagine corectă a realității.

20

De exemplu, în fiecare oră mor 1 200 de copii⁶, victime în mare parte a sistemului economic. Această cifră este echivalentul unui tsunami pe săptămână sau a 45 de avioane de linie prăbușite zilnic, însă media nu ne prezintă această situație, preferând știri despre subiecte sau evenimente al căror impact este mai redus, dar care prind mai bine la public. Cunoaștem corelația dintre vizionarea televizorului și apatia electorilor: cu cât cineva se uită mai mult la TV, cu atât e mai puțin probabil să participe într-un proces democratic direct, media jucând un rol esențial în degradarea spiritului democratic. Există de asemenea evidențe multiple ale corelației dintre vizionarea televizorului și obezitatea copiilor. În

afară de aceste două efecte, nu știm ce alte mecanisme psihologice și fiziologice se instalează, marcând evoluția umană. Publicitatea era interzisă în timpul perioadelor precapitaliste și abia în secolul trecut a devenit o practică comună în sprijinul avansării tranziției de la societatea de producție la cea de consum. Facem parte din primele trei generații (în funcție de nivelul de dezvoltare a țării de proveniență) cu acces larg la noile mijloace de difuzare în masă, cu un trai predominant într-un mediu artificial, electronic. Calculatorul, televizorul, telefonul mobil sunt filtre ale realului care ne împiedică să percepem sub formă veritabilă realitatea. Suntem într-o fază de adaptare, de ajustare, cunoașterea noastră cu privire la efectele acestor noi instrumente asupra speciei umane fiind foarte modeste.

Ne-am adaptat la mediul natural pe parcursul a mii de generații și acest nou mediu predominant artificial, virtual poate genera șocuri asupra sistemelor noastre și interoghează, totodată, consecințele culturale în societățile în care cetățenii care le compun petrec jumătate din timpul lor din afara somnului în medii virtuale.

Uzura planificată și uzura morală (sau perceptută)

Uzura răspunde dependenței capitalismului de **distrugerea creatoare**, fiind instrumentul *sine qua non* al consu-

⁶ <https://www.unicef.org/mdg/childmortality.html>

merismului și complicele cel mai prețios al publicității, efemeritatea produselor alimentând neconținut frenezia cumpărătorilor. Uzura face ca produsele să fie scoase rapid din uz pentru garantarea reînnoirii cererii la intervale suficient de scurte. Astfel, cel mai mare volum de produse astăzi, în special cele din țările așa-numite *dezvoltate*, nu poate fi reparat, fie ca urmare a dificultății sau imposibilității găsirii unui reparator sau a unei piese lipsă, fie pentru că repararea ar fi mai neconvenabilă în ce privește costurile decât înlocuirea cu un produs nou.

Uzura planificată

Uzura planificată reflectă legătura dintre tehnologie și capitalism. Dacă înainte produsele erau făcute să dureze, la începutul anilor '20, unii oameni de afaceri au înțeles faptul că un produs care nu se uzează este o tragedie pentru afaceri și pentru societatea modernă de creștere care se bazează pe un ciclu de producție, consum și debarasare în continuă accelerare. Uzura planificată – scurtarea intenționată a ciclului de viață a produselor pentru garantarea permanenței cererii consumatorilor – s-a născut pentru a face față acestui neajuns.

Puțin mai târziu, primul cartel mondial a fost stabilit în mod expres pentru a reduce durata de viață a becului cu lumină incandescentă, un simbol al inovației și al ideilor strălucite, prima victimă a uzurii planificate, cum arată filmul documentar *Light Bulb Conspiracy*

– *the untold story of planned obsolescence* (*Conspirația Becului cu Incandescență – povestea nespusă a uzurii planificate*). Lansat în anul 2010 și coprodus de televiziunile publice din Spania și Catalonia și de către Arte France, filmul combină cercetarea investigativă și arhive de imagini pentru a trasa povestea nespusă a uzurii planificate de la începuturile acestora din anii 1920 cu cartelul secret respectiv, până la exemple contemporane cu aparate electronice de ultimă generație (precum iPod-urile).

Ni se prezintă descoperirea în anul 2008 a becului care arde încă din 1896 și conspirația consorțiului care a decis scurtarea duratei de viață a becului cu incandescență la 2 000 de ore în detrimentul consumatorilor și al mediului. Filmul indică, totodată, creșterea rezistenței în rândul consumatorilor critici și înfățișează imensele depozite de deșeuri electronice din Africa.

Filmul amintit și alte lucrări aduc dovezi indiscutabile care demonstrează că uzura nu este o simplă idee a vreunei teorii conspiraționiste, ci reprezintă o forță motrice a creșterii economice indefinite și elementul fundamental în societatea de consum, care nu își poate asigura și justifica existența fără creșterea exponențială a consumului. Victor Lebow, un economist care a proclamat intensiv sanctitatea consumului, a explicat raționalitatea uzurii într-un articol popular din anul 1955: „**Imensa noastră economie productivă [...] cere să ne facem un**

mod de viață din consum, să convertim cumpărarea și utilizarea produselor în rituale, să căutăm satisfacția noastră spirituală, împlinirea egoului nostru, în consum. [...] Avem nevoie ca lucrurile să fie consumate, arse, înlocuite și aruncate la o rată din ce în ce mai accelerată“ (Lebow, 1955). Designerii de produs au primit cu deschidere această provocare și s-au concentrat asupra limitării optime a ciclului de viață a produselor analizând cât de repede pot fi scoase din uz anumite produse, astfel încât să fie păstrată încrederea consumatorilor în produselor respective pentru asigurarea cererii constante.

Știi că...

- ... deșeurile electrice și electronice sunt cele cu cea mai mare creștere în cantitate la nivel global, cu o valoare estimată pentru anul 2018 de 48,5 milioane tone⁷?
- ... în fiecare an, mai mult de 55 de milioane de cutii de software ajung la gropile de gunoi sau sunt incinerate?
- ... viața medie a calculatoarelor în țările dezvoltate a scăzut de la 6 ani în 1997 la 2 ani în 2005?
- ... telefoanele mobile au un ciclu de viață mai mic de doi ani în țările dezvoltate?

Uzura morală (sau percepută)

Uzura morală este în mare măsură similară uzurii planificate, constând în aplicarea unui anumit design unui

produs sau unei părți a unui produs astfel încât acesta să dureze numai o anumită perioadă de timp. Diferența majoră este că uzura morală este de sorginte psihologică. Pentru că produsele, chiar dacă sunt planificate să iasă din uz cât mai repede, nu reînnoiesc cererea suficient de des, și pentru că sunt limite la cât de repede se pot strica anumite lucruri (de exemplu, hainele sau obiectele de amenajare interioară), o altă strategie este cea a schimbării constante a designului produselor.

Astfel, propaganda publicitară ne convinge că produsele sunt demodate înainte de a-și fi atins limitele funcțiilor vitale. Aproape pentru toate produsele de largă utilitate, cum sunt hainele, televizoarele, calculatoarele, apare un nou model suficient de repede și la prețuri suficient de accesibile pentru a ne face să abandonăm lucruri care încă funcționează perfect.

Moda este unealta crucială a acestui tip de uzură. Așa cum arată Annie Leonard în **Povestea lucrurilor**⁸, motivul pentru care tocurile pantofilor de damă se schimbă de la un sezon la altul ca grosime, înălțime sau formă nu apare în urma unor dezbateri cu privire la ce tip de structură a tocului este mai sănătos pentru picioarele femeilor, ci pentru a le induce sentimentul unei curențe în ce privește statutul acestora dacă în sezonul tocurilor înalte poartă tocuri joase și

⁷ http://www3.weforum.org/docs/WEF_A_New_Circular_Vision_for_Electronics.pdf

⁸ Annie Leonard, **The Story of Stuff. Povestea lucrurilor**, Editura Seneca, 2017





pentru a le determina astfel să cumpere mai mulți pantofi.

Această uzură simbolică face ca diferențierea, nu standardizarea, să caracterizeze produsele din zilele noastre. Deciziile de producție răspund la cereri din ce în ce mai variate și în continuă schimbare, astfel încât creativitatea marketingului a înlocuit eficiența producției ca factor de competiție și succes corporatist. Ca urmare a acestei tendințe, departamentele de marketing domină astăzi departamentele de producție.

Mai ales în ultimele două decenii, marketerii s-au folosit de dorința pentru identitate autentică pentru a putea vinde mai mulți bacheți, mașini, telefoane mobile și piese de mobilier. Se manifestă astfel un efect de omogenizare și deci un paradox al societății de consum capitaliste: individualitatea societății de marketing este de fapt o pseudoindividualitate, întrucât, în societățile

civilizate, liniile de demarcație ale claselor sociale sunt astăzi neevidente. Au loc, așadar, o egalizare a distincțiilor de clasă și o reducere a diferenței dintre nevoile satisfăcute și cele nesatisfăcute. Însă, dacă atât șeful, cât și angajatul urmăresc aceleași programe TV, citesc aceleași ziare, merg în vacanță în aceeași stațiune etc., această asimilare nu indică atât dispariția claselor, cât faptul că nevoile și satisfacțiile care servesc prezervarea sistemului sunt împărtășite de marea noastră masă a populației.

Frenetismul consumului pentru dobândirea unui statut social și a unei diferențieri care nu poate fi niciodată complet satisfăcută este desemnat de conceptul de rivalitate ostentatorie, mimetică sau pecuniară.

Veblen (1899/2009) este cel care a introdus acest concept, considerându-l pionul central al vieții sociale, cu care vizează afișarea unei prosperități



superioare față de cea a semenilor. Această diferențiere a societății în numeroase straturi alimentează o rivalitate generală, o adevărată cursă a distincției sociale, a statutului. Teoria lui Veblen nu are nevoie de argumente în societatea opulenței de astăzi unde scopul esențial al bogăției nu este numai satisfacerea unei nevoi materiale, ci, mai ales, asigurarea unei distincții provocatoare, a unui statut social superior, a unei rivalități ostentatorii. O mare parte a producției este dedicată consumului ostentativ, producției de bunuri care permit distincția socială.

Creditul

24

Sistemul de credite creează și circulă o cerere fictivă care nu corespunde producției reale sau unei mărfi palpabile. Bula speculativă care a provocat surpriza din octombrie 2008 reprezintă de mai multe decenii realitatea principală care modelează economia globală. Funcțiile originare ale monedei ca unitate de schimb sau de valoare/cont au fost depășite de funcția lor speculativă, aceea care permite crearea monedei *ex nihilo*.

Aspectul absolut central al sistemului de creditare în înflorirea societății de consum, un subiect neglijat în general de sociologi, a fost scos în evidență de către Jean Baudrillard care considera că „dincolo de gratificare, ușurarea accesului la afluență și o mentalitate hedonistă eliberată de tabuul economiilor etc., creditul este de fapt un training socio-economic sistematic în sporirea economiilor și a evaluărilor economice pentru generații de consumatori

care altfel, într-un trai de subzistență, ar fi evadat din cererea planificată și nu ar fi fost exploatabile ca putere de consum“ (1998:82). Creditul este totodată „un proces disciplinar al stoarcerii economiilor și al reglajului cererii, așa cum munca plătită a fost un proces rațional al stoarcerii forței de muncă și al creșterilor în productivitate“ (Ibidem).



Consumul stimulat, instruit, executat și reglementat este obținut, așadar, prin trainingul mental al maselor, prin intermediul creditului. Abandonul controlului financiar al mișcărilor de capital, încurajat de politicile ultra-liberale, ne determină să admitem că nu poate exista capitalism fără criză financiară, relație abordată de numeroși intelectuali. Sistemul capitalist este dependent de creditarea consumatorilor pentru asigurarea cererii și perpetuarea producției. Reprezentativi sunt consumatorii americani, a căror îndatorare progresivă a reprezentat motorul economiei globale timp de mai multe decenii, în timp ce economia americană se scufunda tot mai mult în datorii (corporatiste, guvernamentale sau individuale), totul fiind subvenționat prin împrumuturi din străinătate și această subvenționare a consumatorului american s-a transformat în nevoia de a menține întreg edificiul fictiv al lumii. La nivel individual, sistemul de credite a permis consumul fără mijloace bănești și investiții fără economii sau rezerve de capital. Dincolo de repercusiunile sociale ale creditelor de consum și nevoi personale în ceea ce privește dificultățile de rambursare ca urmare a fluctuațiilor din ultimii ani (ale francului elvețian, de exemplu), sporirea îndatorării indivizilor, anihilarea capacității de rezistență și mirajul afluenței obținut prin credite, urmărirea frenetică a unui trai dincolo de mijloacele reale specifice capitalismului sălbatic sunt principalele cauze ale crizei ecologice din ultimele

decenii. Mărirea deficitului natural și a datoriilor ecologice duce la o capacitate de autoregenerare a sistemelor naturale din ce în ce mai mică.

Discursul public

„Învățământul de stat generalizat nu este altceva decât o născocire destinată să-i modeleze pe oameni după același calapod: și cum calapodul după care acel învățământ îi formează este unul pe placul puterii predominante în cadrul cârmuirii, fie ea puterea unui monarh, a preoțimii, a aristocrației ori a majorității celor ce formează generația respectivă, învățământul de stat, în măsura în care e eficace și încununat de succes, instaurază tiranie asupra spiritului, tiranie ce conduce, în virtutea unei tendințe firești, și la una asupra trupului.“

John Stuart Mill, 2005:194

Discursul public este un al patrulea element care avansează imaginarul creșterii economice, pe de o parte și catalizator al elementelor prezentate anterior, și, totodată, ca unealtă cu mare forță de dominare și influențare a opiniei publice.

Reflecția asupra cuvintelor este esențială pentru că prin cuvinte ne avansăm ideile și mesajele. Exemplul conceptului de dezvoltare durabilă este revelator. În ciuda definiției vagi a acestui concept, a dificultății trasării indicatorilor de sustenabilitate, a imposibilității unei coexistențe a creșterii și durabilității mediului etc., dezvoltarea durabilă domină discursurile publice. Opinia publică acceptă această paradigmă în absența unei analize critice și fără vre

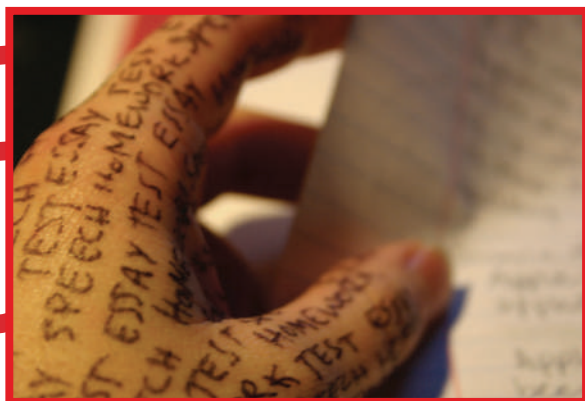


determinare de a acționa, atrofiată de nonsensul generat de incoerența dintre discurs și realitatea faptică.

„Două dintre cele mai dificile descoperiri ale omenirii sunt arta de a governa oamenii și arta de a-i educa“ (Kant, 2000:41), iar „cea mai profundă educație este cea morală“ (Ibidem, 79). Devine primordial să se înțeleagă și să se accentueze astăzi finalitatea educației de a sădi valori care formează indivizi de calitate, care dezvoltă spiritul analitic, capacitatea de a (se) transforma și care alimentează un înalt simț civic, global.

Ivan Illich, care considera școala drept o agenție de publicitate care ne face să credem că avem nevoie de societate așa cum este, în celebra lucrare *Deschooling Society*, a denunțat educația instituționalizată și instituția școlii ca producătoare de mărfuri cu o valoare de schimb specifică într-o societate în care cei care sunt deja în posesia unui anumit capital cultural capătă cele mai multe beneficii. Acesta considera că prestigiul școlii ca furnizor de servicii educaționale de calitate se bazează pe o serie de mituri. Considerând că învățarea este

activitatea umană care are cel mai puțin nevoie de manipulare și că aceasta nu este rezultatul instrucției, ci al participării în activități cu însemnătate, Illich realizează o asociere între consum, producție și creștere pe de o parte și goana după titluri, diplome și certificate pe de altă parte. Subliniază că societatea de consum este fondată într-o mare măsură pe mitul acestei legături dintre calificările educaționale și șansele de a obține un loc de muncă și că perpetuarea sa este o parte importantă a jocului înregimentării permanente. Distrugerea acestui mit „ar pune în pericol nu doar supraviețuirea ordinii economice bazate pe coproducerea bunurilor și a cererilor, ci și ordinea politică construită pe baza statului-națiune, în care studenții sunt livrați de școală“ (citată de Gajardo, 2000:4). Kant, ca și Illich, considera și el că școlile trebuie în întregime regândite și reconstruite și, pentru că au fost defectuoase încă de la organizarea lor primară, învățătorii au nevoie de asemenea să primească o nouă formare: „nu o reformă lentă, ci numai o revoluție rapidă poate opera această schimbare“ (Kant, 2000:23).



Studentii și elevii se identifică drept consumatori și sunt învățați să își ajusteze dorințele la valorile de piață, chiar dacă acest ciclu al progresului etern nu poate ajunge niciodată la maturitate. Oricât de ascuțită ar părea critica lui Illich, opiniile lui conțin o mare doză de adevăr. Educația ar trebui să ducă la trezirea și formarea oamenilor, însă, din păcate, foarte des instituțiile au un efect de adormire, înăbușind entuziasmul, creativitatea, interesul și inițiativele copiilor. Un rezultat al educației de calitate ar trebui să fie civismul, însă orele de cultură civică sunt în general neglijate. De exemplu, în sistemul formal de învățământ preuniversitar din România, nu sunt discipline dedicate educării valorilor democrației. Puțini tineri știu când ating vârsta legală de vot, care sunt drepturile lor și care sunt rolurile instituțiilor statului.

Educația formală și cea informală trebuie să se afle în strânsă legătură, întrucât ambele fac parte din mediul de dezvoltare a copiilor care nu poate fi fragmentat, ci trebuie să fie unitar. În plus, sistemul de educație nu a ținut pasul cu schimbările științifice și tehnologice sau cu nevoile cele mai stricte ale generației noastre. De exemplu,

în era informației, avem nevoie să fim învățați despre cum putem filtra informațiile, despre cum putem înlătura deșeurile informaționale, cum să fim selectivi, să ne apărăm de influența stereotipurilor, despre simțul responsabilității etc.

Educația trebuie, totodată, să permită învățarea traiului într-o lume comună, recunoașterea interdependenței între semenii noștri, generațiile apuse și viitoare și că suntem parte a sistemului natural. Mai mult, nu există încă discipline dedicate educației ecologice și toate curriculumurile sunt divizate în felii, nerecunoscându-se complexitatea lumii contemporane și interdependența ca trăsătură centrală a acesteia. Estul și Vestul, Nordul și Sudul sunt părți ale satului global în care problemele de mediu și dezechilibrele ecologice ne afectează pe toți, indiferent de unde sunt generate, la fel cum o scădere a calității vieții se manifestă atât în țările afluate, cât și în cele emergente. Avem nevoie de o abordare holistică a problemelor contemporane, însă educația pe care o primim este una fragmentată, care nu ne permite o viziune globală, potrivită dezvoltării contemporane.

ESAY
HOMEWORK
TEST ESSAY

2. Dimensiunea socială. Reflectarea asupra neajunsurilor globalizării

Ne-am apropiat de sfârșitul a ceea ce mai poate face pentru noi creșterea economică. Pentru mii de ani, cel mai bun mod de îmbunătățire a calității vieții a fost ridicarea standardelor materiale de trai (...). Creșterea economică, pentru atât de mult timp motorul extraordinar al progresului, și-a terminat treaba în mare parte în țările bogate.

RICHARD WILKINSON și KATE PICKET

28

2.1. Diviziunea satului global

În ultimii ani, mișcarea către un comerț din ce în ce mai liber și globalizarea activităților economice au fost asaltate de critici. Cele mai abundente fac trimitere la faptul că acest proces, deși facilitează creșterea economică, contribuie, totodată, la accentuarea inegalităților și a sărăciei. În timp ce nivelul economiei a crescut de peste cinci ori de la jumătatea secolului trecut⁹, beneficiile s-au manifestat numai pentru un procent redus al populației globale, cel mult 20%. Creșterea este mai ales creșterea inegalităților și a exploatării majorității de către o minoritate din ce în ce mai bogată, iar una dintre principalele

caracteristici ale lumii moderne nu este progresul sau creșterea bunăstării (aplicabile numai pentru un procent puțin semnificativ al populației globale), ci o diviziune în creștere unde cei bogați devin din ce în ce mai înstăriți, iar cei nevoiași – din ce în ce mai săraci.

Adeptii creșterii economice susțin deseori importanța acesteia pentru eradicarea sărăciei. O metaforă faimoasă folosită ca argument este cea introdusă de președintele John F. Kennedy al Statelor Unite la începutul anilor '60: *o maree în creștere ridică toate vasele*. Alți autori vorbesc despre efectul *trickle down*, potrivit căruia creșterea economică va aduce beneficii mai devreme sau mai

⁹ Jackson, 2009:13

târziu tuturor. Fiind folosite cu trimeri atât la nivel intranațional, cât și internațional, aceste metafore transmit că pentru extinderea beneficiilor dezvoltării de la bogați la săraci este necesară creșterea economică.

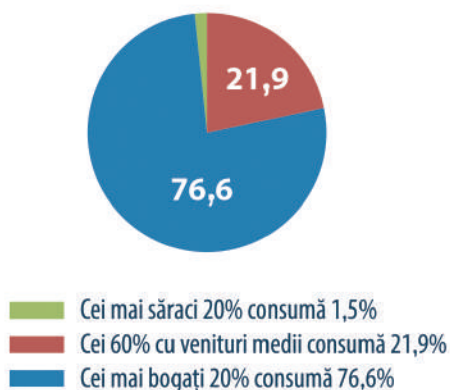
Potrivit datelor Băncii Mondiale, procentul populației globale care trăiește cu mai puțin de 1,9 dolari pe zi a scăzut la 10 în anul 2015, față de 11 în anul 2013. Evoluția acestui indicator arată o scădere cu 36% din 1990¹⁰. Totuși, creșterea economică a adus în mod substanțial mai multe beneficii celor bogați față de cei săraci, astfel încât este evident că *nu toate vasele sunt ridicate de aceeași maree*. Un studiu al OCDE cu privire la distribuția veniturilor și a sărăciei înfățișează că diferențele dintre săraci și bogați au crescut în mai mult de trei sferturi din țările lumii din a doua jumătate a anilor '80. Prin urmare, sărăcia relativă a devenit mai pronunțată, iar creșterea economică, deși ajută la reducerea sărăciei absolute, nu reduce inegalitatea veniturilor (2008). Dimensiunea diviziunii globale este exagerată prin coexistența în *satul global* a unei bogății fără precedent și a sărăciei acerbe, a obezității și a subnutriției, a suprasolicitării prin muncă și a șomajului, a știutorilor de carte și a analfabeților, a unei lumi predominant urbane orientate spre consum și a uneia rurale cantonate spre supraviețuire.

Deși subvențiile nu ar trebui să existe într-un comerț cu adevărat liber, subvențiile agricole agregate ale SUA, UE și Japonia (incluzând subvențiile ascunse, cum sunt cele pentru resursele de apă), se ridică la cel puțin 75% din venitul Africii Subsahariene, făcând competiția acestei regiuni în piețele mondiale aproape imposibilă¹¹.

Mai mult, țările îndatorate trebuie să se supună condițiilor impuse de Banca Mondială și Fondul Monetar Internațional care, printre altele, se traduc în scăderea cheltuielilor publice și în agricultura nesubvenționată. Această situație, cuplată cu barierele de comerț care le sunt impuse, reflectă cum comerțul liber nu este deloc liber pentru țările sărace care devin din ce în ce mai neputincioase într-o piață competitivă.

29

Distribuirea consumului la nivel mondial, 2005



Sursa: World Bank Development Indicators

¹⁰ <https://www.worldbank.org/en/topic/poverty/overview>

¹¹ Stiglitz, 2006:77



Pentru țările africane, abilitatea de a exporta este critică. Un film documentar independent despre comerțul cafelei – *Black Gold*, realizat în anul 2005, arată că statele africane aveau un aport de 1% în comerțul mondial, iar dublarea acestui procent ar fi contribuit la venituri care ar fi depășit de peste cinci ori valoarea ajutoarelor externe pe care aceste state le primeau la momentul respectiv anual¹².

Bine de știut

- Eliminarea sărăciei ar costa 300 de miliarde de dolari – o treime din cheltuielile militare globale;
- Mai puțin de 1% din suma cheltuită la nivel mondial pentru armament ar fi fost suficientă pentru ca fiecare copil să fi putut merge la școală în 2010;
- Cel puțin 80% din populația globului trăiește cu mai puțin de 10 dolari pe zi;
- Cei mai săraci 40% din populația globală deține 5% din veniturile globale; cei mai bogați 20% dețin trei sferturi din veniturile globale¹³.

La nivelul unei economii, stabilitatea cea mai mare o oferă clasa mijlocie și, fără doar și poate, nu este o coincidență faptul că, în comparațiile internaționale, cetățenii cei mai fericiți sunt cei care se bucură de o distribuție echitabilă a venitului. În Scandinavia, în Olanda și chiar în Elveția, discrepanța dintre săraci și bogați este mult mai mică decât în

SUA sau alte țări europene precum Germania sau Italia.

Efectele negative ale prețurii creșterii economice mai mult decât a echității sunt văzute peste tot în societățile bogate. Inegalitatea cauzează vieți mai scurte, mai nesănătoase și mai nefericite, mărește rata de violență, obezitate, dependență și criminalitate, distruge relațiile dintre oamenii din aceeași societate situați în clase sociale diferite și funcționează ca un motor al consumerismului care epuizează resursele planetare.

O sporire a echității și diminuarea inegalităților nu ar trebui să urmărească atingerea nivelurilor de dezvoltare a țărilor moderne. În primul rând pentru că stilul de viață modern sau occidental nu poate oricum deveni universal, întrucât capacitatea de sprijin a sistemelor care permit viața speciei umane pe pământ este limitată. Economiiile țărilor bogate ar trebui să descrească pentru a elimina deficitul ecologic acumulat în ultimii ani.

În al doilea rând, din considerente culturaliste, modelul de dezvoltare al țărilor industrializate nu ar trebui să se impună ca normă de urmat. Globalizarea nu ar trebui să însemne occidentalizarea politicii economice sau a culturii celorlalte țări, ci ar trebui să evite măsurile de tip *one size fits all* și să recunoască diferențele calitative și cantitative dintre

¹² <http://blackgoldmovie.com>

¹³ <http://www.globalissues.org/article/26/poverty-facts-and-stats>

țările sărace și cele bogate, precum și dintre clasele sociale.

2.2. Omogenizarea culturii

Nu am cunoștință de existența vreunui drept al unei comunități de a o forța pe alta să fie civilizată.

John Stuart Mill, 2005:175

Sistemul economic care a fost impus țărilor în curs de dezvoltare – în unele cazuri cu forța – este nepotrivit și deseori foarte dăunător.

Stiglitz, 2006:9

Uniformitatea devine o trăsătură comună în viețile și mediile noastre. Criticile a ceea ce unii autori numesc occidentalizare a lumii, uniformizare planetară, etnocidul diferitelor culturi sau răspândirea monoculturii americane etc. sunt abundente, omogenizarea culturii dominante a valorilor achizitive, materialiste sau cantitative fiind considerată aspectul principal al crizei culturale contemporane.

Unii autori afirmă că nu oamenii sunt cei care creează cultura vestică, ci corporațiile¹⁴. Într-adevăr, spectacolul care înconjoară producția culturală prin televiziune, panouri publicitare, branduri, produse, modă, celebriități și locuri de amuzament reprezintă o parte semnificativă a culturii noastre. Însă, în timp ce corporațiile și alte instituții manifestă o autoritate subtilă asupra indivizilor,

așa cum am indicat mai devreme, acestea nu ar putea exercita această autoritate decât cu consimțământul oamenilor. Și îl obțin prin legitimitatea indusă de faptul că mărirea ratei de consum va genera o creștere a bunăstării și va contribui la eradicarea sărăciei. Drept urmare, lucrând asupra imaginarului oamenilor prin metode din ce în ce mai sofisticate și prin inocularea valorilor consumerismului, a existat o foarte mică rezistență în fața acestei omogenizări culturale.

Infodiversitatea sau diversitatea culturală este la fel de critică pentru sistemele sociale cum este biodiversitatea pentru sistemele naturale. În acest sens, ca și în sistemele biologice, unde lipsa diversității duce la ineficiență, la nivel societal, omogenizarea în creștere duce la diminuarea rezilienței. Suntem însă martorii unei ubicuități planetare în special în marile aglomerații urbane din toate colțurile globului. Imaginarul economic este alimentat de o *societate a spectacolului* – sintagmă metaforică introdusă de Guy Debord, pentru desemnarea societății moderne, în care viața autentică este înlocuită de reprezentarea sa. Potrivit acestui autor, „spectacolul nu este un ansamblu de imagini, ci un raport social dintre oameni, mediat prin imagini”¹⁵. În societatea spectacolului, care reprezintă imaginea economiei dominante, dezvoltarea înseamnă totul și nu are altă

¹⁴ Lasn, 2000; Kempf, 2010; Latouche, 2011b, 2011c; Aries, 2010; Bauman, 2011, 2008

¹⁵ Debord, 2010:572

finalitate decât pe sine însăși, înrobind oamenii, „în măsura în care economia i-a înrobii deja pe deplin”¹⁶. Spectacolul alterează percepțiile adecvate ale oamenilor, împiedică gândirea critică și sărăcește calitatea vieții, reprezentând uniformitate, lipsă de autenticitate și de creativitate.

La nivel individual, cum imagini și mesaje identice curg în creierul nostru omogenizându-ne perspectivele, cunoștințele, gusturile și dorințele, omogenizarea duce la clișeizarea limbajului și stereotipizarea comportamentelor. Pe măsură ce cultura noastră hrănește tendința de conformism, oamenii își pierd sentimentele, gândurile și visurile originale, autentice, spontane sau creative. Tendința în creștere de conformare duce la pierderea identității personale, la deconectare și anomie, la alienarea conștiinței de sine. Astfel, individul este transformat într-un adevărat *automaton*, a cărui abilitate pentru gândirea critică este împiedicată și ale cărei emoții, viziuni și sisteme de referință sunt anihilate.

În cultura omogenizată nu există o individualitate veritabilă, ci mai degrabă o iluzie a acesteia. Pentru a acționa diferit și pentru construirea unui viitor alternativ, oamenii au nevoie tocmai de această capacitate de evadare din șabloanele impuse. Adoptarea unui comportament dizident este însă o adevărată provocare în societatea

spectacolului, inundată de mesaje comerciale transmise prin instrumente media din ce în ce mai sofisticate.

2.3. Relații instrumentale și alienare

Tindem să uităm că tratarea unei persoane ca un lucru sau ca un simplu sistem mecanic nu este mai puțin, ci mai mult imaginar decât să o vedem ca o pasăre de noapte. Și, odată ce acest fapt este uitat, începem să punem tipul de întrebări care au făcut societatea modernă cea mai fără de odihnă și inovativă dintre toate. De exemplu: totul este de fapt subordonat eficienței –, însă eficient pentru cine, din ce punct de vedere și pentru ce scop? Creșterea economică este realizată; însă despre ce creștere vorbim, pentru cine, la ce costuri și pentru a ajunge unde?

Cornelius Castoriadis,
citad de Bauman, 1998:95

Ca urmare a incidenței mediilor artificiale, a creșterii spațiului pe care îl ocupă activitățile virtuale în viața noastră, a dominării spațiilor private în detrimentul celor publice și a lărgirii sferei activităților economice, pentru a numi numai o parte din cauze, una dintre trăsăturile care caracterizează omul modern este alienarea. Această trăsătură are o legătură directă cu relațiile instrumentale care predomină în zilele noastre în societățile moderne și care pot fi descrise prin faptul că elementul de relaționare este perceput ca unealtă,

¹⁶ Debord, 2001:40

instrument, ca un mijloc și nu ca un subiect în sine.

În timpurile moderne, ca urmare a mării transformări generate de revoluția industrială, relația dintre oameni și lucruri a devenit mai importantă decât relațiile interumane, situație care se manifestă și în ceea ce privește relaționarea cu natura. În urma unui efort considerabil de abstractizare, persoanele, natura și lucrurile sunt reduse la cifre, astfel încât să poată fi calculabile și transformate în mărfuri interschimbabile. Relațiile de reciprocitate pe care sistemele socio-economice tradiționale au fost fondate au fost înlăturate progresiv și înlocuite de relațiile de piață.

34

Alienarea și instrumentalitatea sunt doi factori cruciali ai crizei culturale contemporane din societățile moderne, care constă în faptul că acestea au încetat să se interogheze critic. Zygmunt Bauman susține că „punerea sub semnul întrebării”¹⁷ a fost cel mai de preț secret al lumii vestice în remarcabila sa căutare

de a deveni mai bună și în succesul uimitor în atingerea acestui obiectiv. Posibilitatea interogării critice a fost posibilă înainte, ca urmare a înțelegerii faptului că aranjamentele mondiale sunt arbitrare și obligate să rămână ca atare și pot fi la fel de bine înlocuite cu alte aranjamente.

Natura a fost considerată mult timp (deși într-o mai mare măsură în perioada din timpul și de după Epoca Luminilor) obiect mai degrabă decât subiect în funcție de cum ne folosesc elementele ei ca resursă sau materie pentru lucru, petrecerea timpului liber, producție sau consum. De exemplu, înțelegerea noastră astăzi în ce privește animalele este definită într-o mare măsură de interesul nostru de a ne delecta cu ajutorul lor sau de abilitatea noastră de a le cumpăra, găti și mânca. Aceste tendințe au dus la o relație manipulativă cu lumea naturală, relație abuzivă și orientată spre mijloace – sursa atitudinii noastre exploatare față de natură.

17 Bauman, 1998:95



Cu cât înțelegerea lumii devine mai mult saturată de rațiunea instrumentală, cu atât mai dificilă va fi mobilizarea unei opoziții împotriva ei. În relație cu această detașare a oamenilor de natură, ecopsihologul Theodore Roszak a considerat consumul absolut, extravagant, indiferent, pe cheltuiala planetei, ca o boală și că starea de indispoziție generală contemporană este un soi de „anxietate a separării” de natură.¹⁸

Prin pierderea conexiunii cu natura, pierdem legăturile cu noi înșine, iar alienarea de sine este, fără îndoială, cea mai importantă formă de instrumentalitate. Omul nu vinde numai mărfuri, se vinde pe sine și se simte ca o marfă. Această relație lezată nu poate fi vindecată decât dacă înțelegem că daunele aduse naturii se traduc de fapt în rău produs asupra nouă înșine (ca element constituent al naturii și dependent de aceasta) și că amenință supraviețuirea societală și chiar umană.

2.4. Eroziunea psihicului uman

Metodele de atenuare a capacității gândirii critice sunt mai periculoase pentru democrația noastră decât cele mai multe forme de atacuri deschise împotriva ei.

Fromm, 2004/1942:111

Faptul că așa-numiții *ani glorioși* de după marea depresiune au avut în paralel o creștere a ratelor de depresiune majoră în

orice grup de vârstă la nivel global (cu ratele de suicid, tulburări bipolare și unipolare sau alcoolism crescând sub formă considerabilă) poate părea un paradox. Mai mulți cercetători au analizat această tendință care a fost evidentă încă din anii '50 și au criticat eșecul PIB-ului de a include costurile ascunse ale creșterii economice¹⁹. Totuși, legătura dintre progresul economic și indispoziția socială este insuficient abordată în lumea academică și nu a penetrat suficient în dezbaterile academice și politice.

*Affluenza*²⁰ este un nou termen apărut în deceniul trecut pentru a desemna răspândirea deliberată a unei epidemii mentale. Cartea scrisă de Clive Hamilton și Richard Denniss – *Affluenza: When Too Much is Never Enough*, ridică următoarea întrebare: „Dacă economia o duce atât de bine, de ce nu devenim și noi mai fericiți?” (2005). Autorii indică faptul că *affluenza* cauzează supraconsum, o febră a luxului, datorii ale consumatorilor, supramuncă, deșeuri și daune ambientale. Aceste presiuni duc la tulburări psihice, alienare și necaz, ceea ce face ca oamenii să-și administreze medicamente și droguri, care alterează dispoziția sau să consume alcool în exces.

Paradoxul poverii plenitudinii

În timp ce în general angoasa și suferința sunt generate de privare și de raritate,

¹⁸ Citat de Lasn, 2000:6

¹⁹ De exemplu: Gadrey, 2010; Cassiers și Delain, 2006; Layard, 2005; Lasn, 2000; Fromm, 1955

²⁰ Termen derivat din cuvintele englezești *affluence* – afluență și *influenza* – gripă

în lumea vestică sunt generate și de plenitudine. Pentru oamenii din țările afluate, dobândirea de lucruri noi este mult mai la îndemână decât pentru cei săraci și, pentru că aceștia investesc de cele mai multe ori eforturi triviale pentru scopurile achizitive, satisfacția este epuizată. Cu alte cuvinte, în timp ce indivizii din societățile afluate au mare parte din ce și-ar putea dori, sunt nesatisfăcuți pentru că ceea ce dețin nu mai este foarte dificil de obținut. Și, fără satisfacție, viața devine în general lipsită de mulțumiri și de sens. Așadar, oamenii îmbrățișează valoarea lui mai mult pentru a compensa vieți care par să reprezinte mai puțin și gratitudinea a ceea ce un individ posedă a fost înlocuită de o foame ascuțită pentru ceea ce nu deține deocamdată. Totodată, „*cât de mult este suficient?*“ a fost înlocuit de „*cât de mult este posibil?*“.

Dorința neconținută a acestei fericiri utilitare este însă un semn de obsesie și, ca orice altă formă de obsesie, este patologică, explicând tulburările psihice generate de consumul frenetic.

Paradoxul creării nevoilor

Imaginarul economic inventează raritatea, însă și sărăcia reprezintă o condiție a creșterii. Prin crearea de frustrări și tensiuni psihologice, creșterea și dezvoltarea economică pretind să satisfacă nevoile fundamentale ale oamenilor. Presiunea necesității acționează ca un motor pentru angajarea

oamenilor, în timp ce realizarea cererii în masă, indispensabilă, este determinată de exacerbarea noilor nevoi. Nu există creștere fără nevoi și fără menținerea populației în mizerie – atât cea concretă, fiziologică, cât și cea psihologică, induse de frustrare și nevoi din ce în ce mai persistente.

Creșterea consumului ostentativ este răspunsul la golul existențial manifestat în viețile indivizilor din societățile avansate. Valorile spirituale tradiționale sunt pierdute în mod progresiv și înlocuite de valori materiale, consumul devine un răspuns la pierderea de sens în viața modernă. Această tendință este perpetuată întrucât consumatorii nu pot găsi însemnătate în achizițiile lor, însă imaginarul îi ghidează în acest sens, blocându-i în moțiunea rutinei consumului. Cum interesele consumatorilor s-au mutat progresiv de la nevoi la dorințe, consumul ostentativ a devenit un mod de dobândire a unui status dorit prin identificarea personală cu anumite produse sau branduri.

Paradoxul alegerilor

Consumatorii nu pot obține niciodată ceea ce doresc. Ca urmare a multitudinii de alegeri, certitudinea realizării deciziei corecte este imposibil când se realizează cumpărăturile. Deseori, indivizii sunt paralizați și nu reușesc să aleagă.

2.5. Pierderea democrației și a civismului

O reducere de scară a marilor aparate, necesară pentru a reduce inegalitatea și pentru a introduce forme de producție care sunt sustenabile din punct de vedere ecologic, oferă o șansă extraordinară pentru democrație, o șansă, poate prima din istorie, de a juxtapune forme decente de bunăstare materială cu forme de organizare politică colectivă, autonomă, în care comunitățile devin creatoarele propriului destin.

Bonaiuti, 2007:10

La o analiză atentă a problemei eșecului democrației, observăm că pierderea democrației are loc la mai multe niveluri și sub diferite forme, care se consolidează reciproc.

În primul rând, se manifestă o irelevanță în creștere a indivizilor în discursurile și deciziile politice. Creșterea heteronomiei și a uniformității, pierderea semnificațiilor și a legăturilor comunitare, relațiile instrumentale cu semenii, cu sinele și cu natura și cele mai multe dintre neajunsurile prezentate mai sus subminează rolul de cetățean activ al indivizilor. Asupra problemei consumerismului vizavi de civism și-au concentrat atenția mai mulți cercetători²¹ care indică aproape unanim că tendința în societatea modernă târzie și în cea postmodernă este de înlocuire a cetățenilor cu consumatori obedienți.

În societatea contemporană, nu mai este mult loc pentru politică, întrucât problemele acestei societăți, atât prin complexitatea dimensiunilor și a tehnologiei, cât și prin simplificările ei mediate, fac din cunoașterea adecvată în rândul electorilor o sarcină dificilă, dacă nu imposibilă.

În al doilea rând, o dezintegrare a suveranității statale este manifestă. Una dintre cauze este puterea instituțiilor globale precum Banca Mondială, Fondul Monetar Internațional sau Organizația Mondială a Comerțului. Un alt motiv în strânsă legătură este creșterea puterii corporatiste și a concentrării accentuate a acestei puteri. Astăzi, mai mult de 50% din marile puteri financiare ale lumii sunt corporații, nu state²². Aceste instituții, atât cele publice (BM, FMI, OMC etc.), cât și cele private (companiile transnaționale) și fluxurile pe care le presupun, au dus în multiple situații la scăderea relevanței statelor. Ele operează adesea, dacă nu fără excepție, ghidate de propriul interes, asociat în general cu imperativul creșterii. Suveranitatea în sine poate nu a scăzut, însă această suveranitate a statelor-națiuni a luat o nouă formă globalizată, care poate fi înțeleasă ca un aparat de descentralizare și deteritorializare a puterii sub logica globalizată a maximizării profitului. De exemplu, cercetările științifice nu sunt direcționate în funcție de nevoile

²¹ De exemplu: Bauman, 2007; 2005; 1998; Hamilton, 2010; Mayo, 2010; Lasn, 2000

²² Lasn, 2000:69; Stiglitz, 2002

identificate de o majoritate, ci sunt controlate, în mare măsură, de corporații.

În al treilea rând, prăbușirea democrației este o consecință a aparatelor financiare, tehnice și politico-administrative din ce în ce mai mari. Neîncetata dinamică autosușținută a sistemelor de piață a dus la scăderea participării democratice. Este de la sine înțeles că, într-un asemenea complex din ce în ce mai mare cu o realitate din ce în ce mai greu de cuprins, oamenii au pierdut abilitatea de a privi în profunzime, de unde nevoia de descentralizare pentru a asigura participarea democratică. Creșterea autonomiei sistemului economic în sfera socială face ca scara la care sistemul

economic operează să fie mai mare decât cea la care participarea politică are loc, economia sfârșind prin a ieși de sub controlul democratic.

Bine de știut

Ca putere financiară:

- Mitsubishi este mai mare decât a patra cea mai populată națiune a lumii, Indonezia;
- General Motors este mai mare decât Danemarca;
- IBM este mai mare decât Irlanda;
- Credit Swiss este mai mare decât Ungaria;
- Walmart, corporația numărul 12 din lume, are mai multă putere financiară decât 161 de țări.



3. Dimensiunea ecologică. Înțelegerea limitelor naturale ale dezvoltării

Doar atunci când ultimul copac va fi tăiat, când ultimul râu va fi otrăvit și ultimul pește prins, vom înțelege că nu ne putem hrăni cu bani.

PROVERB INDIAN

3.1. Dificultatea răspândirii beneficiilor creșterii la nivel global

Există o tensiune puternică specifică modernității târzii între ambițiile de a atinge prosperitatea materială pentru toți oamenii. Aspirația de a crește afluența materială la nivel global după calapoadele vestice implică transferul de tehnologii și forme de organizare complexe. Comunicații transmise prin sateliți, comerț automatizat și procesarea unor elemente minerale rare, acorduri internaționale asupra investițiilor și patentelor sunt câteva exemple aleatorii de instrumente extrem de complexe, necesare pentru susținerea și sporirea formelor actuale de bogăție.

Pentru ca fructele creșterii să fie universalizate atât în timp, pentru generațiile viitoare, cât și în spațiu, pentru toți oamenii, și, cum ar adăuga unii,

pentru toate speciile, trebuie verificată compatibilitatea acestei aspirații cu alte idealuri ale societății moderne.

Modelul de producție și consum occidental inspiră viziunea de dezvoltare a țărilor emergente. Presupunând că toți locuitorii planetei, angrenați de visul occidental, s-ar putea bucura de același standard de viață, care ar fi consecințele? Ar mai putea Pământul să ne susțină?

Faptul că niciuna dintre țările dezvoltate nu și-a redus impactul asupra mediului odată cu progresul economic demonstrează că pretenția modernității de a deveni normă universală este în mare măsură dificil, dacă nu imposibil, de realizat. Totodată, nu este corect din punct de vedere moral ca țărilor în curs de dezvoltare să li se solicite chibzuință și temperare în abordarea creșterii economice pentru consumarea unei cantități

mai mici de energie și a genera mai puțină risipă și deșeuri.

Țările occidentale dezvoltate sunt cele care trebuie să dea tonul și să inspire schimbarea, în speranța că țările emergente vor „arde etape“ accelerând transformarea în direcția sustenabilității fără să repete aceleași greșeli.

3.2. Consens în creștere cu privire la criza ecologică

Perioada contemporană a scos la iveală un nou val de critici, alimentate de criza financiară din 2008, care neagă posibilitatea reconcilierii creșterii economice cu protecția mediului natural, propunându-se o economie staționară cu creștere zero sau chiar descreșterea.

Temeri cu privire la încălzirea globală, la epuizarea resurselor de petrol, gaze naturale și cărbune sau colapsul economic concurează cu preocupările despre considerentele morale asociate creșterii și contribuțiile reale aduse bunăstării umane, societale sau individuale. Spre deosebire de perioadele anterioare, în cea contemporană se manifestă un consens cu privire la criza ecologică care nu mai apare doar ca o născocire în mintea ecologilor și a ecologiștilor.

Acest consens a fost făcut posibil prin diverse rapoarte cu privire la starea lumii, al căror număr s-a multiplicat în ultimii ani. De exemplu, Raportul Mileniului asupra Ecosistemelor, care regrupează 1 400 de oameni de știință sub egida ONU, a concluzionat că 60% din

ecosisteme sunt degradate sau utilizate într-o manieră neregenerabilă (2004).

De asemenea, Organizația Națiunilor Unite pentru Hrană și Agricultură a indicat că, în ritmul actual de exploatare, oceanele vor fi în întregime vidate de pești și moluște înainte de jumătatea secolului XXI, iar marile companii petroliere împreună cu Agenția Internațională a Energiei au mărturisit că cifrele cu privire la rezervele energetice au fost în mare măsură supraestimate (2008).

3.3. Dincolo de limite?

Umanitatea a depășit pragul sustenabil al emisiilor cu efect de seră în urmă cu aproape cincizeci de ani, astfel încât va fi nevoie de politici foarte ambițioase pentru a reveni la acest prag până în anii 2050 și pentru a evita scenarii catastrofale. Există însă și alte praguri limitative din punct de vedere ecologic deja atinse sau pe punctul de a fi depășite în următoarele decenii care fac mai puțin subiectul dezbaterilor științifice sau politice. Toate sunt direct influențate de activitatea umană și duc la schimbări majore ale litosferei, ceea ce i-a determinat pe unii oameni de știință să numească era geologică contemporană **antropocen**, termen introdus de ecologistul Eugene Stoermer și popularizat de chimistul Paul Crutzen, laureat al premiului Nobel.

Un studiu al New Economics Foundation, intitulat *Growth isn't Possible (Creșterea nu este posibilă)*, descrie

aceste praguri. Al doilea prag este cel al reducerii biodiversității (numărul de specii animale și vegetale). Estimările oamenilor de știință susțin că nu ar trebui să depășim rata de dispariție anuală de 10 specii pentru zece milioane, în timp ce în prezent această rată este de aproape 100. Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii (UICN) consideră că suntem martorii celei de-a șasea mari extincții a biodiversității. Fazele de extincție precedente au fost asociate cu fenomene geofizice extreme sau cu coliziunea cu meteoriți, cea de-a cincea având loc în urmă cu 65 de milioane de ani, când au dispărut dinozaurii. Faza actuală este cauzată în principal de următorii patru factori, toți legați de activitatea umană: supraexploatarea mediilor, poluarea și fracționarea ecosistemelor, apariția noilor specii invazive și schimbările climatice. În acest context, de la 22% până la 47% din speciile actuale ar putea dispărea până la sfârșitul secolului XXI, cu efecte în cascadă foarte problematice (2010a).

Al treilea prag depășit este cel al azotului adus în atmosferă pentru utilizările umane, în special pentru agricultură, al cărui nivel este de patru ori mai mare decât cel sustenabil. Alte șase praguri de care ne apropiem vertiginos sunt: acidificarea oceanelor, diminuarea ozonului din stratosferă, poluarea chimică, încărcarea atmosferei cu aerosoli, degradarea terenurilor arabile și a apei.

Estimările privind momentul când producția anuală a petrolului va atinge

nivelul maxim (așa numitul *peak oil*) variază, însă cei mai mulți autori sunt de acord cu privire la faptul că generația actuală va fi martoră la scăderea producției de petrol. În plus, așa cum arată Tim Jackson, „dacă toată lumea ar consuma jumătate din resursele pe care le consumă americanii, resurse precum cuprul, staniul, cromul, zincul și alte minerale strategice vor fi epuizate în mai puțin de patru decenii. Dacă fiecare persoană ar consuma precum americanii orizontul de timp va fi mai mic de 20 de ani“ (2009:10).

3.4. Schimbările climatice

Printre specialiștii în probleme climatologice, mai mult de 90% admit probabilitatea crescută a unei încălziri globale generate de oameni. Este vorba despre specialiști diverși, provenind din numeroase discipline și utilizând metode variate. Studiile lor au fost însă abundent contestate de așa-numiții sceptici ai climatului – grupuri de lobby și de rețele de afaceri ale marilor întreprinderi cu mijloace financiare substanțiale și legături politice solide care au susținut printre altele că IPCC (International Panel for Climate Change – Comitetul Internațional pentru Schimbările Climatice) ar fi falsificat rapoartele pentru a-și justifica fondurile. Aceste grupuri sunt la originea Petiției din Oregon, semnată de sceptici din lumea întreagă. Deși argumentul pare puternic, cu 31 500 de oameni de știință americani care au semnat petiția conform căreia nu

este nicio dovadă a influenței activității umane asupra climatului și prin urmare Protocolul de la Kyoto trebuie refuzat, doar treizeci dintre acești semnatari au experiență în climatologie. În ceea ce-l privește pe inițiatorul petiției, omul de știință Frederick Seitz, acesta a slujit în anul 1978 în schimbul sumei modice de 900 000 de dolari industriile de tutun

care căutau dovezi ale absenței nocivității acestuia asupra sănătății. Prin urmare, criticile sau suspiciunile vin cu precădere de la oameni de știință neavizați în domeniu, încurajați sau controlați de marile grupuri de lobby corporatiste. Cu excepția acestora, există un consens în rândul oamenilor de știință că problema schimbărilor climatice este reală și se va agrava.



Gazele cu efect de seră (GES) sunt, pe scurt, gazele care determină funcționarea atmosferei Pământului precum o seră. În locul sticlei, pământul produce gaze, care, prin maniere diferite, funcționează într-un mod care permite ca radiațiile solare să fie acumulate la suprafața Pământului și în atmosferă. Cele mai importante GES sunt: vaporii de apă, dioxidul de carbon, metanul, oxidul de azot și hidrocarburile. Efectul gazelor de seră a fost prezent pe Pământ cel puțin din momentul în care această planetă a dispus de pătura atmosferică și a reprezentat o condiție a apariției și menținerii vieții pe Pământ, întrucât, fără efectul de seră, temperatura medie a Pământului ar fi cu aproximativ 30°C mai rece.

Deși GES reprezintă o parte naturală a atmosferei, problema efectului de seră este că, în zilele noastre, activitatea umană crește concentrația acestor gaze, contribuind astfel la schimbările climatice. În mărirea efectului de seră, utilizarea energiei de către oameni, în mod particular a combustibililor fosili, este cel mai important factor. Pe parcursul a

aproximativ 250 de ani, ca urmare a Revoluției Industriale și a modificărilor în utilizarea solului precum urbanizarea sau despăduririle, concentrația dioxidului de carbon în atmosferă a crescut sub formă semnificativă, cu aproape 40%, de la 280 ppm la 390 ppm (NEF, 2010a:24). Până în anul 1750, timp de aproximativ 10 000 de ani, concentrația s-a stabilizat în jurul valorii de 280 ppm, iar amplitudinile totale dintre perioadele glaciare, de la cotele înalte la cele joase, nu au depășit 120 ppm.

Efectele schimbărilor climatice sunt imprevizibile, neliniare și necontrolabile: tulburări ale vremii (valuri mai fierbinți de căldură și secete extreme în unele locuri, ninsori mai abundente în altele, o incidență în creștere a ridicării nivelurilor mărilor, inclusiv tsunami), topirea și retragerea ghețarilor sau a zăpezilor veșnice din zonele alpine, inundații intense, cutremure și evenimente vulcanice, acidifierea oceanelor, reducerea drastică a biodiversității etc. Trebuie să luăm atitudine cât mai repede, să ne adaptăm la aceste pericole și să ne temperăm. În plus, efectele gazelor de seră nu încetează odată cu stabilizarea nivelului lor de concentrație. Dacă reușim să reducem emisiile de CO₂ până la un nivel acceptabil și suficient de repede, va dura ceva timp până ce acest nivel se va stabiliza și dependentele sale variabile (nivelul de CO₂ se stabilizează într-o perioadă de la 100 până la 300 de ani, temperatura se stabilizează în câteva secole, la fel ca creșterea nivelului mării). Așadar, răul

provocat nu va putea fi reparat și consecințele vor fi suportate de generațiile viitoare.

Dacă, prin temperare, se reușește înăbușirea schimbărilor din atmosferă la echivalentul a 450 ppm de CO₂, acest lucru ar însemna o creștere de aproximativ 2°C a temperaturii medii globale. Stabilizarea la acest nivel va solicita o scădere a intensității folosirii carbonului atât de semnificativă încât este foarte improbabilă realizarea ei în condițiile menținerii creșterii economice. Există importante limite cu privire la eficiență, deopotrivă practice (de natură economică, socială sau politică) și teoretice (precum cele guvernate de legile termodinamicii). Nu vom atinge țintele de reducere propuse decât prin îmbunătățiri tehnologice extraordinare combinate cu reducerea utilizării resurselor și cu o reducere a cererii pentru bunuri și servicii intensive din punct de vedere energetic.

Raportul Stern (2007) este primul raport (cel puțin în rândul economiștilor) prin care problema schimbărilor climatice este văzută ca o amenințare reală asupra omenirii și nu doar ca o altă problemă economică printre altele. Schimbările climatice sunt considerate cel mai mare eșec sau cea mai mare slăbiciune a pieței (market failure). Raportul a fost realizat de Sir Nicholas Stern, fost economist-șef al Băncii Mondiale, la inițiativa lui Gordon Brown, cancelarul britanic al Exchequer de atunci. Mai jos oferim o listă cu cele mai importante date ale raportului, din punctul nostru de vedere.

- Este timpul să acționăm și este momentul să o facem din cauza marilor decalaje de timp datorate GES în sistemul climatic.
- Nu ne putem gândi la încălzirea globală numai în termeni de schimbări mici, marginale, ci trebuie să considerăm posibilitatea schimbărilor catastrofale, ireversibile.
- Schimbările climatice au efect în întregul mediu natural. Simpla considerare a creșterii nivelului mării face evidentă deteriorarea condițiilor de trai al oamenilor care trăiesc în zonele costiere ale lumii, care sunt cele mai populate la nivel global.
- Încălzirea globală îi va lovi pe cei săraci mult mai puternic decât pe cei bogați.
- Nu ar trebui să supraestimăm efectele pozitive ale încălzirii climatice.
- Noi modele indică faptul că impactul economic total va fi mai mare decât cel indicat în studii anterioare.
- Emisiile sunt strâns legate de creștere. Totuși, conform raportului, creșterea poate continua cu emisii mai scăzute.
- Reducerea emisiilor nu va fi gratuită: estimările costurilor anuale pentru atingerea stabilizării la un nivel între 500 și 550 ppm CO₂ reprezintă aproximativ 1% din PIB-ul global până în 2050.
- Eficiența energetică și o economie bazată pe cantități mici de carbon fac posibilă continuarea creșterii.
- Piețele de carbon trebuie dezvoltate.
- Nu toate țările iau în serios impactul probabil al schimbărilor climatice. Măsurile adaptative vor fi necesare.
- Instituții globale pentru tratarea încălzirii globale trebuie dezvoltate.

- Situația este serioasă. Timpul nu a expirat, însă mai dispunem de foarte puțin.

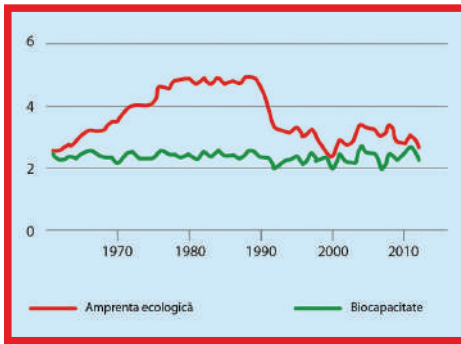
3.5. Amprenta ecologică

Având la origine o metodologie dezvoltată de geograful canadian William Ress la începutul anilor 1980, amprenta ecologică este în prezent o metodă bine consacrată pentru evaluarea evoluției ecosistemelor, fiind considerată cea mai bună pentru măsurarea impactului uman asupra biosferei.

În mod constant perfecționat, acest indicator compară biocapacitatea disponibilă a pământului de a oferi, de exemplu, terenuri arabile, păduri și alte resurse necesare activităților umane, cu rata la care umanitatea consumă aceste resurse și produce deșeuri, de exemplu sub forma gazelor cu efect de seră. Comparația se realizează evaluând suprafața de pământ și apă productivă biologic necesară pentru a produce resursele pe care le consumă populația la nivel global și pentru a absorbi deșeurile corespunzătoare, a regenera resursele consumate și a furniza servicii, în funcție de tehnologia existentă.

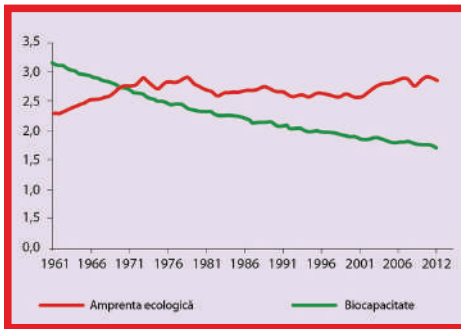
Figura următoare ne arată evoluția amprentei ecologice din ultimele decenii. Nivelul economiei actuale utilizează resursele echivalente unei planete și jumătate. Altfel spus, pământul are nevoie de un an și jumătate pentru a reface resursele pe care populația umană le consumă într-un an. Cererea umană pentru resursele biosferei s-a dublat în ultimii 50 de ani, iar dacă tendințele vor continua la același nivel, până în anul 2050 am avea

Amprenta ecologică a României



Sursă: Global Footprint Network, 2010

Evoluția amprentei ecologice a planetei între anii 1961 și 2012



Sursă: Global Footprint Network, 2010

nevoie de resursele aferente a mai mult de două planete. Amprenta ecologică medie pentru țările vest-europene este în jur de 5 hectare globale și ne arată că, dacă toți locuitorii planetei ar trăi ca vecinii noștri, am avea nevoie nu de una, ci de două planete pentru a supraviețui. Rezultatele sunt și mai alarmante pentru SUA, care au o valoare de 9,4 hectare globale (echivalentul a aproape patru planete).

Potrivit celor mai recente date ale Global Footprint Network²³, biocapacitatea pământului este estimată la 12 miliarde de hectare globale (sau 1,7 hectare globale pe persoană), în timp ce amprenta ecologică globală este de 20,1 miliarde de hectare, respectiv 2,8 hectare pe persoană. În consecință, numărul de planete de care au nevoie oamenii pentru a-și satisface cerințele traiului actual în decursul unui an este de 1,65 planete, reprezentând o creștere a cererii pentru resursele naturale planetare de mai bine de 2,5 ori mai mare față de anul 1961.

Nivelul consumului de resurse este nesustenabil din anul 1987, când umanitatea a depășit pragul amprentei ecologice sustenabile, respectiv când capacitatea regenerativă a ecosistemului exploatat pentru resurse a fost depășită. În alte cuvinte, depășirea nivelului ecologic (ecological overshoot) are loc atunci când consumăm înainte de sfârșitul anului resursele naturale pe care biocapacitatea pământului le poate regenera într-un an. În termeni contabili, această datorie este analoagă cu epuizarea profitului și consumarea capitalului, lichidând activele planetare. Aceste tendințe se cumulează într-o datorie ecologică. În ultimul sfert de secol, în fiecare an, dezvoltarea umană s-a realizat prin deficite ecologice.

Ziua Datoriei Ecologice (Earth Overshoot Day)²⁴ este ziua în care resursele consumate de oameni vor

²³ <https://www.footprintnetwork.org/our-work/sustainable-development/>

²⁴ <https://www.overshootday.org/>

depăși capacitatea pământului de a le regenera în anul respectiv. Se calculează în fiecare an împărțind biocapacitatea globală a anului respectiv la amprenta ecologică globală și înmulțind rezultatul cu 365. Conceptul a fost inițial dezvoltat de NEF și ulterior preluat de Global Footprint Network. Tabelul din dreapta redă evoluția acestei zile în ultimii ani. Pe data de **1 august 2018** umanitatea a atins capacitatea maximă a pământului de regenerare a resurselor pe care le-am consumat în anul respectiv. Altfel spus, din perspectivă economică, aceasta este ziua în care umanitatea a intrat în deficit de cheltuieli.

Calculul amprentei ecologice reprezintă un soi de contabilitate ecologică și o măsură a impactului uman asupra biodiversității. Importanța acestui instrument rezidă în faptul că reflectă adevărul că natura este baza materială a existenței noastre și ilustrează relația dintre alegerile de viață individuale, organizarea socială și calitatea mediului, punând în evidență importanța capitalului natural și a serviciilor ecologice.

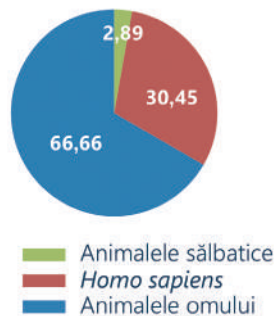
3.6. O planetă doar pentru oameni?

Homo sapiens este extrem de eficient în exploatarea resurselor naturale. Oamenii au sacrificat și eradicat animalele sălbatice pentru hrană și pentru satisfacerea plăcerilor, pe toate continentele, determinând a șasea mare extincție, menționată mai devreme, în istoria de 4 miliarde de ani a pământului. Aproximativ jumătate

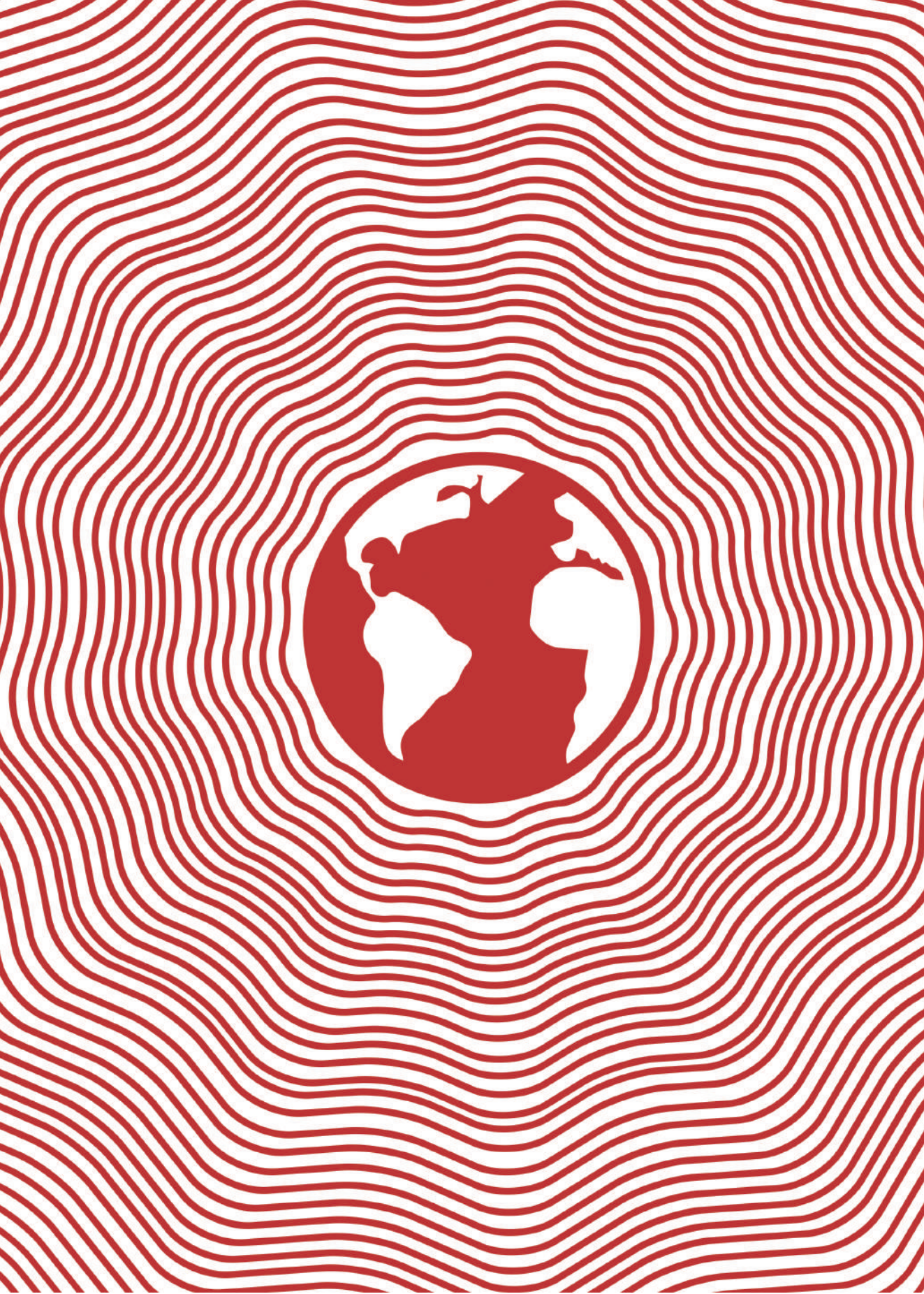
din animalele planetei au dispărut doar în ultimii 50 de ani. Surprinzător și pentru oamenii de știință, doar o șesime dintre animalele sălbatice terestre mai există astăzi, iar în oceane, trei secole de vânat și pescuit au lăsat în urmă în oceanele Terrei doar o cincime din mamiferele marine.

An	Ziua datoriei ecologice
2000	1 noiembrie
2005	20 octombrie
2007	26 octombrie
2008	23 septembrie
2009	25 septembrie
2010	21 august
2011	27 septembrie
2012	22 august
2013	20 august
2014	1 august
2015	13 august
2016	8 august
2017	2 august
2018	1 august

Masa de carne vie a animalelor terestre



Sursa: Adaptare după Yuval Noah Harari, 2017: 84



Actu

PARTEA II



2.
ionnează

Acționează local

Forma cea mai importantă de cunoaștere este autocunoașterea și cea mai mare putere individuală se bazează pe interogarea maximă a personalității, ceea ce înseamnă maximum de transparență către sine însuși, *nosce te ipsum* reprezentând una dintre poruncile fundamentale în scopul dobândirii fericirii umane.

50

Oamenii au nevoie să-și regăsească conștiința dincolo de imaginarul creat prin fuziunea influențelor de la familie, prieteni, învățători, angajatori, media și publicitate, etica filozofică și religioasă etc. Această nevoie implică munca fiecăruia pe plan psihosociologic, asupra sinelui. Este vorba deci de un demers local, intern, care poate ulterior să se extindă pentru a duce la formarea unei mișcări, trecând prin multiplicarea grupurilor locale.

Nu ne naștem cetățeni sau înzestrați cu un spirit civic, ci dobândim aceste calități în funcție de mediul care ne formează: anturajul, școala, realitatea urbană sau rurală în care ne naștem etc. Nu ne dezvoltăm un spirit civic prin intermediul televizorului sau al altor canale mass-media, ci dimpotrivă. Educația are un rol esențial, însă, în pofida acestui fapt, sistemele formale de

educație neglijează importanța includerii disciplinelor menite să ajute omul să-și descifreze propria natură, să se poziționeze în raport cu mediul său, să înțeleagă responsabilitățile civice pe care le are în configurarea acestuia. Sistemele formale dezvoltă înțelegerea pe felii, disciplinele ocupând anumite locuri în mintea noastră precum cutii fără legătură între ele. Această fragmentare a învățării nu ne permite tocmai dezvoltarea unei gândiri transdisciplinare care să ajute la înțelegerea caracterului de interdependență și complexitate a vieții noastre în relație cu mediul (natural, social, economic). Mai mult, ca urmare a predilecției pentru cunoașterea științifică, cunoașterea practică, intuitivă, estetică sunt aproape absente din curriculumurile convenționale chiar dacă tocmai aceste tipuri de cunoaștere ajută omul cel mai mult la descoperirea de sine și în sporirea bucuriei de a trăi.



Redefinirea valorilor și abordarea unui trai mai bun implică tocmai afirmarea altor bogății în afara celor economice: a legăturilor sociale, a dragostei, a prieteniei, a creativității, a culturii, a spiritualității etc. Suntem săraci sau bogați în funcție de cantitatea, calitatea și varietatea serviciilor de care dispunem în viața noastră conjugală, familială și socială și în funcție de bunurile pe care le deținem și care nu pot fi cumpărate. Este vorba despre schimbarea atenției de la mai mult către mai bine, adresând dihotomia dintre *a avea* și *a fi* și provocând distincția semnificativă dintre atuurile calitative și cantitative din viața fiecăruia. Nu este vorba de eforturi sau de constrângeri, ci de schimbări naturale, cu accentul pus pe plăcerile vieții sau pe vieți bune (bunăstare dincolo de avuții materiale) în vederea dobândirii bucuriei de a trăi.

1. Reînsușirea timpului

În relația sa cu cantitățile determinabile de energie, cu standardizarea, cu acțiunea automatizată și, în cele din urmă, cu propriul produs special, timpul precis, ceasul a fost cea dintâi mașină a tehnicii moderne și în fiecare perioadă a rămas în frunte: marchează perfecțiunea la care celelalte mașini aspiră.

LEWIS MUMFORD, 1934/2010:15

Priceperea de a-ți umple în mod inteligent timpul liber este ultimul produs al civilizației și deocamdată foarte puțini oameni au ajuns la acest nivel.

BERTRAND RUSSEL, 2011:185

52

1.1. Repere cu privire la pierderea timpului

Timpul, un aspect fundamental al vieții cotidiene, își pierde sensul. Deși o calitate a vieții și nu o măsură a unităților ei, în epoca modernă, omul a pierdut raportul cu timpul autentic, organic, prin înlocuirea cu cel mecanic, măsurabil.

Măsurarea timpului a devenit esențială în perioada revoluției industriale pentru sistemele de transport și producție. Utilizarea ceasului a fost generalizată și, odată cu el, ideea lipsei de timp. Timpul devine bani. Această transformare profundă a raportării la timp, care ia cote din ce în ce mai pronunțate, s-a petrecut însă cu mult timp în urmă. Organizarea industrială a utilajelor și

organizarea capitalistă a economiei au apărut înaintea revoluției industriale cu mai multe secole. Încă din epoca lui Bacon, europenii efectuau operații care scoteau la iveală o nouă stare de spirit: câștigarea timpului, micșorarea spațiului, creșterea energiei, multiplicarea bunurilor, îndepărtarea de normele naturale, prelungirea duratei vieții, înlocuirea organismelor vii cu mecanisme care le simulează sau amplifică o funcție particulară etc.

Dacă timpul mecanic își are originea înaintea epocii medievale, munca este o invenție socială mai recentă. Munca a fost creată de capitalism începând din momentul în care activitatea productivă a încetat de a fi privată și supusă

necesităților naturale. Omul începe să fie considerat o sursă de energie și, pe măsură ce este angrenat în slujba aparatului productiv, este redefinit ca sursă de energie mecanică. Raționalizarea economică a muncii reprezintă de departe cea mai dificilă sarcină pe care capitalismul industrial a trebuit să o realizeze, așa cum considera André Gorz, pentru care comercializarea muncii a reprezentat „o revoluție, o subversiune a modului de viață, a valorilor, a relațiilor sociale și a relației cu Natura, invenția în adevăratul sens al cuvântului a ceva ce nu a existat niciodată înainte“ (1989:20-21).

Odată cu revoluția industrială, munca nu mai reprezenta o parte necesară a traiului, ci a devenit o finalitate în sine, nu mai consta în etalarea îndeletnicirilor și abilităților personale, ci într-o marfă a cărei valoare variază cu cantitatea altor muncitori capabili să performeze aceeași sarcină. Munca a devenit identitatea omului, iar locul de muncă, principalul spațiu pentru integrarea socială, șomajul reprezentând o anormalitate.²⁵

Sistemul nostru modern cere ca partea cea mai mare a energiei noastre să fie canalizată în direcția muncii plătite. Adaptându-se la condițiile sociale și economice, individul dezvoltă anumite trăsături care îl fac să dorească să acționeze așa cum trebuie să o facă, astfel încât individul modern, în loc de a fi forțat să muncească cât de dur poate, a



construit o autoritate internă sub forma conștiinței și a datoriei, care operează mai eficient decât autoritățile externe.

Eliberarea omului de muncă prin progresul științific și tehnologic, utopie descrisă de mulți umaniști în trecut, pare un scop zadarnic astăzi. La sfârșitul secolului al XIX-lea, orele de muncă au fost limitate și, până la începutul celui de-al Doilea Război Mondial, în mai multe țări europene, săptămâna de lucru de 5 zile și 8 ore lucrătoare pe zi era considerată drept normă de lucru. În prezent, chiar dacă există o mult mai mare flexibilitate în multe locuri de muncă, vacanțe mai lungi, concedii pe caz de boală, de maternitate sau de paternitate, munca plătită rămâne în centrul vieților noastre, furnizând acces la beneficii variate, la pensii și salarii și modelând felul în care ne petrecem restul timpului.

²⁵ Bauman, 1998:16-19, Fromm, 1942/2004: 204, Mumford, 1934/2010:13-31

În era postindustrială a comunicațiilor instantanee și a tehnologiilor mobile cu acoperire globală de-a lungul multiplelor fusuri orare, oamenii pot lucra din ce în ce mai mult de oriunde și oricând. Logica rutinei de la 9 la 17, cinci zile pe săptămână este depășită. Era actuală aduce însă noi riscuri de exploatare, precum și de excluziune și inegalitate: nu există limită la ceea ce angajatorii pot solicita sau limită la ceea ce se poate cere de la timpul nostru neplătit atunci când ne jucăm rolul în societatea de consum. Chiar dacă vechiul ceas industrial încetează să ne modeleze viețile în *țările dezvoltate*, tempoul devine mai rapid inexorabil. Presiunea de a munci pentru a câștiga și de a câștiga pentru a consuma crește cu efecte foarte diferențiate de la un om la altul. Provocarea noastră devine *înlăturarea puterii ceasului fără adăugarea unor noi presiuni, eliberând timpul pentru a trăi mai bine.*

1.2. Timpul ocupat - transformare cantitativă și calitativă a muncii

Pentru a trăi mai bine este necesară o reflecție asupra muncii pe două axe: natura și durata sa. Recâștigarea timpului și redresarea raportului dintre oameni și această dimensiune fundamentală a existenței lor implică a munci mai puțin și mai bine, respectiv reducerea cantitativă și transformarea calitativă a muncii. Munca este un element-cheie în determinarea stării de bine pentru cea

mai mare parte a oamenilor. Economistul Richard Layard de la London School of Economics a arătat că șomajul este unul dintre cele mai rele lucruri care se poate întâmpla în viața cuiva, având un impact similar cu un divorț, iar efectul psihic este mai mare decât cel al reducerii venitului (2005/2011:172). Indivizii sunt afectați mai ales pentru că au sentimentul că nu mai sunt importanți, că nu mai prezintă valoare munca lor, că nu se pot face utili în societate. Fiind conștienți de această realitate, considerăm că unul dintre obiectivele centrale în construirea unei noi societăți ar trebui să fie oferta de locuri de muncă productive plătite pentru toți cei care doresc acest lucru.

Totodată, întrucât munca plătită nu aduce împlinire decât unui salariat din patru²⁶, reducerea timpului de lucru și modificarea conținutului acestui timp sunt necesare pentru redobândirea autonomiei și permiterea unei înfloriri a vieții personale, civice și politice.

Cu toate acestea, nepăsarea oamenilor cu privire la calitatea muncii în sine, a muncii ca un proces vital și educațional, este atât de obișnuită încât abia intră vreodată în cerințele sociale.

Problema care trebuie abordată este cea a locului central pe care munca plătită îl ocupă în viețile oamenilor, care duce la pierderea reperelor și la alienare și împiedică deseori realizarea personală.

²⁶ Ariès, 2007:100

Reflecția asupra finalității activităților umane și asupra semnificației actuale a muncii reprezintă soclul unui proiect civico-politic care să permită ieșirea dintr-o societate dependentă de creștere economică.

În cadrul țărilor bogate, populația din SUA muncește cele mai multe ore, considerabil mai mult decât în Europa, o diferență destul de surprinzătoare întrucât productivitatea pe ora muncită este aceeași în SUA ca în Franța și Germania și crește cu aceeași rată²⁷. În cele mai multe țări și în cele mai multe perioade ale istoriei, pe măsură ce oamenii deveneau mai bogați în termeni materiali alegeau să muncească mai puțin, preferând o viață privată mai bogată în locul potențialului venit suplimentar. În ultimii 50 de ani, spre deosebire de americani, durata orelor de lucru a europenilor a scăzut considerabil în unele țări.

De exemplu, Franța, țara în care apar cele mai multe lucrări pe tema sensului muncii și a raportului dintre muncă și dreptul omului la fericire²⁸, a optat pentru reducerea săptămânii de lucru la 35 de ore pe săptămână și este țara ai cărei locuitori se bucură de cele mai multe zile de vacanță pe an. Faptul că nivelul de satisfacție a rămas constant în SUA din anul 1975, în timp ce a crescut

în Europa²⁹, poate fi o consecință directă a acestei tendințe.

Căștigurile productivității din secolul precedent, ca urmare a îmbunătățirii educației și a abilităților, a diviziunii muncii și a progreselor tehnologice au fost în mod sistematic transformate într-o creștere a producției (și implicit a consumului) de bunuri și servicii în locul unei descreșteri a efortului uman (prin scăderea normei de lucru, vacanțe prelungite sau o pensionare mai timpurie). Astfel, sistemul economic produce bogății în creștere cu o cantitate de muncă în descreștere și refuză redistribuirea muncii în așa fel încât toată lumea să poată munci mai puțin și mai bine, fără o pierdere a venitului.

1.3. Douăzeci și una de ore lucrătoare pe săptămână?

De-a lungul timpului, mai mulți teoreticieni s-au pronunțat în favoarea reducerii timpului de lucru, ca urmare a valențelor antiproduse ale acestui demers și mai ales ca urmare a identificării nevoii de reînsoțire și recăștigare a timpului. Pentru unii, problema fundamentală nu este numărul de ore pe care îl muncim, ci locul pe care munca îl ocupă ca valoare în societate.

Lucrările dedicate acestui subiect îl menționează în varii ocazii pe Paul Lafargue făcând referință la lucrarea *Dreptul la lene*,

²⁷ Layard, 2005/2011:50

²⁸ Vișniec, 2010:88

²⁹ Layard, 2005/2011:50

primul pamflet important împotriva dezvoltării productivismului și derivaților săi. Cartea începe cu un paragraf devenit celebru: „O nebunie stranie posedă clasele muncitorești ale națiunilor în care domnește civilizația capitalistă. Această nebunie trage după sine mizerii individuale și sociale care, de două secole, torturează trista umanitate. Este vorba de dragostea pentru muncă, de pasiunea muribundă pentru treabă, împinsă până la epuizarea forțelor vitale ale individului și ale progeniturii sale. În loc să reacționeze împotriva acestei aberații mentale, preoții, economiștii, moraliștii au sacrosanctificat munca“ (Lafargue, 2011:11).

56

Lafargue propunea 21 de ore de lucru pe săptămână, durată care corespunde normei de lucru pe care *New Economics Foundation* – NEF – din Londra a propus-o în 2010 ca parte a mării tranziții către un viitor sustenabil, prin care a deschis o dezbatere națională în Marea Britanie cu privire la beneficiile, oportunitățile, piedicile și provocările atingerii acestei norme în primul sfert al secolului nostru. O săptămână de lucru mai scurtă ar duce la modificarea tempoului vieților umane, ar remodela obiceiurile și convențiile și ar altera în mod profund cultura dominantă a societăților vestice. Potrivit economiștilor de la fundația respectivă, argumentele pentru o săptămână de lucru de 21 de ore sau pentru aproximativ 1 100 de ore lucrătoare pe an reflectă trei „economii“ sau surse de bogăție interdependente, derivate din:

1. resursele naturale ale planetei;
2. resursele, atuurile și relațiile umane inerente în viețile cotidiene ale fiecăruia;
3. piețele.

Aceste argumente se bazează pe premisa că trebuie recunoscută valoarea celor trei economii și, totodată, asigurată conlucrarea lor pentru o societate sustenabilă. Numărul de 21 de ore reprezintă o valoare foarte apropiată de timpul mediu pe care femeile și bărbații aflați la vârsta considerată aptă pentru muncă îl petrec săptămânal la serviciu. De asemenea, valoarea este cu puțin peste timpul mediu pe care aceștia îl petrec acasă realizând muncă neplătită³⁰.



³⁰ New Economics Foundation, 2010:7

NEF sugerează o potrivire mai apropiată între aceste două valori medii și norma considerată pentru munca plătită. Desigur că aceste medii maschează modul în care orele de muncă plătite și neplătite sunt distribuite, în special între bărbați și femei, dar și între bogați și săraci. Propunerea celor de la NEF este de a redistribui orele de lucru pentru diminuarea acestor inegalități.

Altfel spus, tranziția către o săptămână de lucru mult mai scurtă ar rupe obiceiul traiului pentru muncă, al muncii pentru câștig și al câștigului pentru consum achizitiv și ar contribui la:

- o mai mare bucurie de a trăi (prin consacarea timpului eliberat în activități care permit dezvoltarea și împlinirea personală);
- reducerea amprentei ecologice (printr-un consum selectiv, ca urmare a eventualelor reduceri ale veniturilor);
- societate mai echitabilă (prin distribuirea locurilor de muncă).

1.4. Timpul liber:

O nouă relație cu timpul

Așa cum multe guverne își sfătuiesc cetățenii să nu fumeze, să nu bea prea mult alcool, să nu conducă la o viteză excesivă, să nu facă sex neprotejat sau să nu mănânce nesănătos, ar putea avertiza populația și să nu muncească prea mult. Această strategie ar putea avea mai mult sprijin tocmai în perioadele de criză,

caracterizate prin rate mai mari de șomaj. În schimb, cei mai mulți politicieni și economiști susțin că trebuie să muncim mai multe ore și în mai multe țări sunt propuneri pentru amânarea vârstei de pensionare.

Deși sunt argumente clare în favoarea acestei poziții (menținerea unor sisteme de pensii adecvate în contextul unor populații îmbătrânite), argumente la fel de valide împotriva acestor măsuri, cu privire la starea de bine a populației, suprasolicitarea și stresul prin muncă, supraconsumul, lipsa de timp pentru familie, prieteni și implicare civică, au primit foarte puțină atenție.

În condițiile actuale, timpul eliberat de muncă nu este neapărat eliberat de economie. Marea parte a timpului liber nu duce la o reînșuire a existenței și nu constituie o evadare din modelul comercial dominant, fiind utilizat în activități comerciale care nu permit consumatorului să adopte calea frugalității sau a simplității voluntare. Dacă economiile în timpul de lucru nu servesc pentru eliberarea timpului și dacă acest timp eliberat nu este utilizat pentru autorealizarea indivizilor, atunci aceste economii sunt în întregime lipsite de sens³¹.

Utopia concretă (așa cum o numea Andre Gorz) a reducerii timpului de lucru ar trebui concepută nu doar ca instrument

³¹ Gorz, 1989:184

pentru o mai bună distribuire și diviziune a muncii, ci ca un mijloc către o societate diferită, în care oamenii dispun de mai mult timp pentru căutarea sensului și însemnătății traiului lor, decât timpul de care au nevoie pentru muncă, recreere și odihnă. **Libertatea începe în momentul în care munca dictată de necesitate sau de scopuri externe încetează, iar creșterea cantității de timp neconstrâns reprezintă condiția unui nou tip de bogăție ce permite implicarea cetățenilor în viața civică, politică, privată și artistică, precum și participarea în jocurile sau practicarea contemplării.**

Ieșirea din sistemul productivist și muncitoresc actual presupune o cu totul altă organizare, în care timpul liber și jocul sunt valorificate alături de muncă, unde relațiile sociale primează în fața producției și consumului de produse inutile sau dăunătoare. Este vorba în mod fundamental de un timp calitativ, de o recâștigare a timpului personal, prin eliberarea de gândirea productivă, de un timp care cultivă lentoarea și contemplarea. În termenii lui Hannah Arendt, munca nu poate fi niciodată lipsită de sens dacă este articulată de opera artiștilor, a artizanilor și de acțiunea pe planul civic-politic. Acestui triptic (munca, opera, acțiunea) care desemnează *vita activa* i se juxtapune *vita contemplativa*³².

³² Hannah Arendt, 1958

³³ Boyle și Simms, 2010; Latouche, 2010:101

Fenomenul de downshifting reprezintă o manifestare a deciziei voluntare a indivizilor de a-și reduce veniturile și cheltuielile în ideea de a trăi diferit. Un număr din ce în ce mai mare de indivizi din țările bogate decid să-și reorienteze viețile pentru eliberarea unui timp calitativ și pentru găsirea unui echilibru între viața activă și cea contemplativă. Ca formă de rezistență la angrenajul acumulării nelimitate, acest comportament social este abordat de indivizi care hotărăsc sub formă autonomă să lucreze și să câștige mai puțin pentru o creștere a stării de bine personale. Unii autori consideră comportamentul de downshifting o formă moderată a simplității voluntare.

Formele acestui fenomen pot consta în:

- schimbarea locului de muncă cu unul (mai) puțin solicitant;
- reducerea normei de lucru săptămânale;
- încetarea temporară a lucrului (luni sabatice);
- schimbarea carierei.

Fenomenul reunește peste 12 milioane de europeni³³ și este cu precădere vizibil în țările afluente anglo-saxone. Clive Hamilton, care a realizat mai multe cercetări pe marginea acestui subiect, indică faptul că, în anii recentți, în SUA a avut loc „o explozie a interesului pentru downshifting“ cu proliferarea cărților, paginilor web și

revistelor dedicate conceptului, în timp ce în Europa acest comportament „este mai degrabă practicat decât dezbătut“. Rezultatele studiilor cercetătorului de origine australiană arată că 25% dintre britanici cu vârsta cuprinsă între 30 și 59 de ani și-au redus orele de lucru în ultimii ani, procent care crește la 30% dacă sunt incluși în calcul cei care au încetat lucrul pentru îngrijirea copilului sau pentru a porni afaceri proprii³⁴.

Rezultatele sunt similare și pentru australieni, unde un procent de 23% din populația aflată în aceeași categorie de vârstă a realizat modificări voluntare pe termen lung în stilul lor de viață, care au avut drept rezultat în venituri mai scăzute. Alte studii realizate în SUA arată că aproape 28% dintre americani au realizat demersuri pentru simplificarea vieții și aproximativ 62% dintre ei și-au exprimat intenția de a o face, rezultate foarte similare cu cele găsite în Europa³⁵.

Motivele pentru aderarea la practicile de downshifting variază de la nevoile pentru petrecerea unui timp mai lung cu familia, unui echilibru mai bun între munca plătită și timpul liber sau pentru o mai mare împlinire personală. Numitorul comun al acestor motive este credința în faptul că banii și materialismul în exces generează unele costuri substanțiale în viețile indivizilor și familiilor lor. Incoerenți cu termenii economiei convenționale conform căreia oamenii

trebuie să nutrească neconținut la maximizarea veniturilor, downshifter-ii raportează frecvent că simt presiune socială ca urmare a deciziei lor.

Ei sunt priviți ca oameni fără minte pentru că resping venituri mai mari și beneficiile materialismului, sau sunt acuzați de încercarea de a mușamaliza eșecuri în viețile personale (Hamilton, 2003b). Suntem de părere, pe baza legăturilor directe cu astfel de persoane, că acestea pur și simplu aleg o viață mai echilibrată în schimbul uneia preocupate de achizițiile materiale. Există numeroase temeuri în baza cărora tocmai cei care rămân prizonierii muncii extenuante și ai mirajelor consumului pot fi calificați la fel de bine ca fiind nesăbuiți.

Autoproducția constă în substituirea mărfurilor și serviciilor de pe piață cu bunurile și serviciile produse în afara sistemului productiv și implică schimburi nemercantile, bazate pe dar și pe reciprocitate. În societățile industriale, transformarea bunurilor necesare nevoilor existențiale în mărfuri este considerată un indicator al emancipării și al progresului. De exemplu, cea mai mare parte a produselor alimentare nu mai sunt obținute în casă sau în grădină, ci cumpărate, autoproducția de legume și fructe fiind substituită de cumpărarea produselor agroalimentare. În ciuda pierderii semnificative a calității și a cunoștințelor tradiționale, această

³⁴ Hamilton, 2003a, 2003b11. Jackson, 2009:151

³⁵ Jackson, 2009:151



transformare este considerată un semn al progresului.

Dincolo de faptul că generează satisfacție prin reducerea impactului ambiental și prin consumarea unui bun de calitate sporită, al cărui ciclu de viață este cunoscut, autoproducția are puternice valențe culturale și politice. Pe de o parte, producția proprie permite redescoperirea și recuperarea unor cunoștințe uitate, iar pe de altă parte, duce la o mai mare autonomie, eliberând indivizii de dependența absolută de mărfuri. Autoproducția nu se opune principiului diviziunii muncii, în sensul strict al acestuia de specializare a forței de muncă pentru sarcini și abilități de producție necesare traiului în societățile contemporane.

Diversitatea activităților de autoproducție este limitată, însă ceea ce se revendică este o mai mare autonomie prin capacitatea de a produce anumite bunuri, în special cele alimentare. Pentru celelalte bunuri este necesară o diviziune a muncii, nu pentru producția în masă (cu care este asociată în general această specializare a forței de muncă), ci mai degrabă pentru a permite dezvoltarea locală (diviziunea muncii între un grup de unități de autoproducție care urmăresc să răspundă în funcție de priorități, comunității de care aparțin).

³⁶ <http://www.slowfood.com/>

1.5. Elogiul lentorii

Un număr în creștere de persoane consideră că patima pentru viteză dăunează culturii, mediului înconjurător și naturii umane. În multe țări europene, intelectuali, scriitori, sociologi, psihologi, ecologiști etc. se organizează într-un fel de front al rezistenței împotriva vitezei. Aceștia consideră că o condiție pentru garantarea calității timpului liber este și scăderea timpului vieții. Creșterea vitezei acestora duce la dispariția noțiunilor de spațiu și timp. Partizanii mișcării pentru decădere din Franța și-au arătat în varii ocazii opoziția pentru dezvoltarea sistemului de trenuri de mare viteză – TGV, unele dintre trenurile cele mai rapide din lume.

Slow Food³⁶ este o mișcare internațională inițiată în 1986 care luptă pentru păstrarea bucătăriei tradiționale și regionale, încurajând cultivarea caracteristică ecosistemului local. Mișcarea promovează consumul de alimente de sezon, locale și tradiționale, ocrotește principiile comerțului echitabile, încurajează fermierii și micii producători, dar are ca scop și educarea cetățenilor cu privire la riscurile fenomenului fast-food, folosirea pesticidelor sau consumul de alimente modificate genetic. De asemenea, Slow Food promovează eco-gastronomia, respectiv faptul că



trebuie să ne hrănim bine, dar să și producem această hrană în mod sănătos, protejând mediul înconjurător. Membrii mișcării, înarmați cu puternice exigențe ecologice, militează împotriva hranei industriale și a uniformizării culturale provocate de globalizare și orchestrate de companiile transnaționale pentru protejarea biodiversității, suveranității alimentare și diferențelor culturale. Veritabil manifest împotriva vitezei, organizația internațională Slow Food reunește peste o sută de mii de consumatori coproducători în 132 de țări, atenți la condițiile de producție a hranei pe care o savurează din plin și cu lentoare, insistă asupra faptului că a mânca nu este numai un act agricol, ci mai ales un act politic, o miză socială și culturală. Conform organizației, convivialitatea este centrală în filozofia Slow Food și termenul *convivium* este cel folosit pentru unitățile lor teritoriale. În România există 11 convivium-uri, ultimul fiind fondat în ianuarie 2013 la Iași de membrii și prietenii Asociației *Mai bine*.



Slow Food[®]Iași

www.slowfoodiasi.ro

Mișcarea orașelor lente a fost inițiată în anul 1999 în Italia completând mișcarea Slow Food din care s-a inspirat. Carta mișcării, care în prezent are rețele în 24 de țări și certifică un număr de 47 de orașe, cuprinde un set de 50 de obiective și principii, printre care: încetinirea tempoului orașelor (în special prin reducerea traficului și a utilizării spațiilor), rezistența la omogenizarea culturii urbane, protejarea diversității culturale și unicității orașelor, protejarea mediului. Mișcarea este desemnată de o reflecție asupra tradițiilor locale, amenajării teritoriului, mobilității, ospitalității și bunăstării.



2. Simplificarea traiului

Live simply, so others may simply live.

Trăiește simplu, pentru ca alții să poată trăi pur și simplu.

MAHATMA GANDHI

Mișcarea pentru simplificarea traiului este deosebit de diversă și reunește milioane de indivizi ai țărilor bogate. Ca urmare a diversității semnificative, este congruentă cu o paletă foarte bogată de valori care ghidează comportamentul celor care adoptă moduri de viață mai simple. Dintre acestea, cinci sunt considerate ca fiind cele mai importante:

- simplitatea materială;
- scara umană;
- autodeterminarea;
- conștiința ecologică;
- dezvoltarea personală.

Simplitatea voluntară reflectă **emergența unei mișcări anticonsumeriste și anti-materialiste** și ilustrează încercarea de politizare a modurilor de viață prin formarea unor nișe de exprimare alternativă.

Ființele umane sănătoase sunt cele mai în măsură să regăsească obiectivul unui bine comun și al unei vieți bune și fericite prin dezvoltarea interioară și exersarea plăcută a aptitudinilor noastre. Aceasta este calea

spre îmbunătățirea condiției umane și spre a oferi semnificație vieții, nu materialismul și hedonismul.

Marile teorii filosofice și religioase ale lumii cu privire la bunăstare împărtășesc viziunea unui destin al omului pe Pământ pur spiritual și moral și cea mai mare parte a marilor gânditori ai istoriei lumii considera că progresul și perfecționarea speciei noastre stau în întregime în avansarea iubirii, dreptății și a filosofiei și în recunoașterea interdependenței caracteristice lumii naturale.

Cea mai bună îndeletnicire dintre toate este aceea de a face din viața fiecăruia o operă de artă, iar rețeta simplității voluntare pleacă de la a face **mai mult și mai bine cu mai puțin**.

2.1. Conceptualizare

Sintagma simplitate voluntară este o inovație conceptuală a unuia dintre studenții lui Mahatma Gandhi, Richard Gregg, care a introdus-o în 1936 în

articolul **Valoarea simplității voluntare**. Popularizarea termenului nu s-a realizat, însă, decât în anul 1981, odată cu publicarea cărții *Simplitatea voluntară către o viață care este simplă în exterior și bogată în interior*, scrisă de Duane Elgin. Printre figurile tutelare ale conceptului se află Henry David Thoreau care, la jumătatea secolului al XIX-lea, ca reacție la societatea industrială, s-a refugiat pe malul lacului Walden, la marginea unui sat din Anglia, unde a locuit timp de doi ani, într-o cabană din lemn de pin, pe care și-a construit-o singur. Această retragere în natură reprezintă un simbol al simplității voluntare, care vizează o viață mai puțin supusă economiei și în mai mare armonie cu mediul.

64

Exemplul lui Thoreau s-a răspândit în lume și l-a influențat pe Tolstoi, care și-a abandonat stilul de viață burghez pentru a practica ascetismul la țară, până la sfârșitul vieții sale.

Apreciata carte *Unto this last* (John Ruskin, 1862) care l-a avut, de asemenea, ca inspirație pe Thoreau, a reprezentat firul conductor pentru critica pe care Mahatma Gandhi a adus-o lui *homo oeconomicus*. Acest lider cultural indian își încuraja semenii să trăiască simplu, pentru ca alții pur și simplu să poată trăi (după celebrul dicton *live simply, so others may simply live*).

Simplitatea voluntară desemnează...

... un trai cu simplitate exterioară și bogăție interioară. Acest mod de viață reunește frugalitatea consumului, un

simț dezvoltat al urgenței ambientale, o dorință de revenire la o scară mai umană a mijloacelor de trai și de muncă și o intenție de a realiza un potențial uman mai mare, deopotrivă psihologic și spiritual;

... o transformare individuală, o școală de moderație și de lucru asupra sinelui, care corespunde unui mod de viață particular ce urmărește, prin ierarhizarea diferită a valorilor, o reorientare și o limitare a dorințelor;

... un trai conform propriilor valori, fără a dăuna celor săraci sau generațiilor viitoare, combinând astfel obiective sociale și ecologice;

... simultan, o formă de înțelepciune antică, un curent social mai recent și o mișcare colectivă în devenire (Dominique Boisvert, citată de Duverger, 2011:152);

... o lărgire a sferei gratuității, ca o alternativă în domeniul puterii de cumpărare, pornind de la premiza că fiecare ar trebui să aibă acces la ceea ce îi este necesar, fără a fi limitat la raporturi mercantile;

... „o formă de protest, neideologică, ci mai degrabă etică, provenind, în primul rând, din dorința de evadare din realitatea constrânsă, de ieșire dintr-un sistem deranjant din punct de vedere moral, pentru căutarea unei alte realități eliberate de sistemul de piață și de etatism“ (Duverger, 2011: 152), care să permită o guvernare colectivă și imaginarea unui nou sistem, diferit de comunism și de capitalism;

... eliberarea oamenilor de activitățile neesențiale care saturează viețile moderne în cultura de consum orientată asupra muncii, în sens opus către ceea ce ne îmbogățește și ne inspiră.

2.2. Simplitatea voluntară – descreșterea prin remodelarea vieților individuale

Simplitatea voluntară reprezintă una dintre formele de evadare din practicile economice convenționale și ocupă un loc central în gândirea și practica descreșterii, reprezentând aplicarea la scară individuală a preceptelor acestei noi paradigme.

Descreșterea este o paradigmă emergentă, sprijinită de o mișcare intelectuală, academică, civică și politică, care proclamă abandonarea imperativului creșterii economice, cu o rezonanță din ce în ce mai puternică începând din anii 2000 și cu un succes semnificativ în regenerarea unor debateri care se împotmoliseră în deceniile anterioare.

Succesul tezelor în favoarea descreșterii este datorat neajunsurilor dezvoltării din ultimele decenii și, mai ales, slabei abordări a problemelor ecologice de către mișcările sociale. Supraviețuirea socială și supraviețuirea biologică sunt strâns legate între ele; prin urmare, descreșterea ar trebui să fie urmărită nu numai pentru conservarea mediului, dar, de asemenea, și poate mai ales, pentru restabilirea unei minime dreptăți sociale.

Așadar, descreșterea implică o sinteză a obiectivelor sociale (o dezvoltare în beneficiul tuturor, care să servească oamenilor și nu să îi aservească) și a preocupărilor ecologice (o sustenabilitate a acestei dezvoltări).

Descreșterea are la origine gânditori din secolele al XIX-lea și XX, reprezentanți din diverse discipline, școli de gândire și/sau mișcări, cu diferite afiliații filosofice și experiențe intelectuale. Aceștia au în comun critica noțiunii de creștere dintr-o optică a civilizației sau a modernității care pune în pericol echilibrul legăturilor dintre oameni și natură și a celor interumane, precum și socul de valori care permite fondarea acestor legături.

2.3. Bucuria de a trăi prin simplitate voluntară

Bucuria de a trăi sau un trai bun, calitativ, eliberat de constrângerile economice, este miza descreșterii și a simplității voluntare. Reorientarea relațiilor umane față de mediul extern va permite mutarea atenției *de la mai mult la mai bine* și afirmarea noțiunii de *suficient*. Accentul pus pe o bunăstare, în afara avuțiilor materiale, va face din descreștere nu contracție, regresie, recesiune sau creștere negativă, ci un mijloc de dobândire a bucuriei de a trăi.

Economia trebuie să fie subordonată nevoilor oamenilor, iar aceștia trebuie să urmărească asigurarea *bunăstării*, mai degrabă decât a *bunăaverii*, satisfacerea

nevoilor lor sănătoase, mai degrabă decât a celor patologice. Astfel, descreșterea, prin refuzul productivismului și consumerismului, își va găsi drumul într-o renaștere spirituală.

William Morris, un susținător fervent al simplității vieții, afirma că, deși „unii ar numi-o stagnare, aceasta ar da de fapt viață mării mase a omenirii, pentru care ar fi cel puțin o izvorâre a fericirii“ (1979: 203). Autorul s-a referit la o simplitate nonascetică a vieții, voluntară. Ca formă practică a descreșterii, simplitatea voluntară, identificată în literatură și sub denumirile de frugalitate, sobrietate, convivialitate sau chiar austeritate, contribuie la fericirea personală, la bucuria de a trăi. Reprezintă un demers fundamental pozitiv pentru planetă și pentru ceilalți oameni, însă totodată pentru noi înșine, întrucât calea frugalității este, înainte de toate, calea fericirii, constând, în mare parte, într-o reînsoșire a vieților noastre și o mai mare autonomie.

Deși cercetările în acest domeniu sunt încă limitate, există evidențe care confirmă că, atât oamenii obișnuiți cu un stil de viață simplu, cât și cei care se decid voluntar să-și simplifice traiul într-o anumită etapă a vieții, sunt mai fericiți decât cei care rămân angrenați în cercul vicios al dependenței materiale.

Simplificarea vieții în beneficiul unei augmentări a bucuriei de a trăi poate

conduce la diminuarea timpului de lucru și a veniturilor, ca urmare a reducerii nevoilor. Timpul astfel eliberat permite o mai mare implicare civică și participare politică. Este evident că nu toți indivizii pot fi politicieni, însă pentru o democrație veritabilă, fiecare cetățean ar trebui să aibă o formare politică minimă. Unii adepți ai simplității voluntare, cu un puternic spirit autodidact, sunt și militanți politici sau asociativi, însă cea mai mare parte a acestora militează prin propriul stil de viață pe care îl promovează celor din jur.

Publicația *La Décroissance, le journal de la joie de vivre*³⁷, (*Descreșterea, ziarul bucuriei de a trăi*) este o sursă însemnată de informații cu privire la punerea în practică a descreșterii, publicând lunar interviuri cu persoane care au ales să trăiască după principiile și valorile simplității voluntare. Exemplele includ: persoane care decid să se mute la țară și să se apuce de agricultură, diverși indivizi din mediul urban care fondează grădini comunitare, artizani, inițiatori ai unor afaceri sociale, precum un fondator al unei microbraserii bio care distribuie produsele clienților pe bicicletă etc. Unii dintre ei au, deseori, voluntar, salarii (mai) mici, alții își păstrează norma întreagă de lucru, iar mulți aleg să o reducă, pentru a nu-și pierde viața câștigând-o.

Caracteristicile lor comune sunt:

³⁷ www.ladecroissance.net

- renunțarea la televizor, telefon mobil sau mașină (chiar dacă locuiesc la țară, preferă transportul în comun sau bicicleta);
- se hrănesc mai ales cu produse locale și de sezon, provenite din agricultura organică sau din comerțul echitabil și solidar, sau cu produse pe care le produc ei înșiși;
- merg regulat la piață și cei mai mulți fac parte dintr-o asociație de sprijin a agriculturii țărănești;
- organizează activități de folosire în comun a mașinilor private (*carsharing*

sau *covoiturage*, în engleză, respectiv franceză) sau mese deschise unui întreg imobil de locuințe, ilustrând în practică unul dintre sloganurile simplității voluntare *mai puține bunuri, mai multe relații*.


2.4. Implicațiile alegerii unui trai mai simplu

Simplitatea voluntară este un mod de a trăi care privilegiază calitatea vieții interioare, în opoziție cu importanța acordată culturii de consum. Înseamnă orientarea vieții cotidiene (cheltuieli, interese, valori etc.), având în vedere bunăstarea reală, nu în funcție de adaptarea la așteptările societății și de imaginea reușitei sociale pe care aceasta o proiectează.

Simplitatea voluntară înseamnă a trăi într-un mod care este în aparență simplu și în esență bogat. Este de la sine înțeles că schimbarea modului de viață și depărtarea voluntară de consumerism permit realizarea de economii serioase. Totuși, scopul nu este de a pune bani deoparte, cât de a ieși din sistem pentru a deveni mai liber. Dacă motivația este de a economisi o anumită sumă de bani pentru o călătorie importantă sau un proiect profesional, există multe șanse ca vechile obiceiuri să revină odată ce scopul este atins. Din contră, dacă alegeți să realizați schimbarea pentru ameliorarea calității vieții pe termen lung, veți câștiga mult mai multe, inclusiv bani.







Ca și succesul sau fericirea, realizarea simplității voluntare înseamnă ceva diferit pentru fiecare persoană în parte. Totodată, ca în cazul tuturor filozofilor de viață, este vorba de un ideal a cărui urmărire poate părea dificilă. Dar și aici lucrurile se simplifică întrucât nu este vorba de un cod de viață de neclintit, ci simplitatea voluntară implică ajustarea conform propriilor valori, priorități și obiective. Scopul este de a se simți în formă generală mai bine, în armonie cu noi înșine și cu cei ce ne înconjoară, fără a ne lăsa influențați de dictate externe. Întrucât fiecare persoană sau familie își creează propriile reguli, implicațiile vor fi cele care vă par convenabile personal.

Din acest considerent, sunt persoane care:

- adoptă hrana biologică și vegetariană, întrucât asta face parte din viziunea lor personală cu privire la simplitatea voluntară, în timp ce alții continuă să mănânce carne, asigurându-se că animalele sunt crescute cât mai bine;
- aleg să-și păstreze vechea mașină, întrucât nu doresc să realizeze noi cheltuieli fără ca acest lucru să fie necesar cu adevărat, în timp ce alții preferă să achiziționeze o mașină nouă care consumă mai puțină energie, iar alții optează definitiv pentru transportul în comun și bicicletă;
- aleg să nu mai sărbătorească deloc Crăciunul sau Ziua Îndrăgostiților, în timp ce alții preferă să le dea o nouă semnificație care se apropie de valorile lor și se îndepărtează de mrejele societății de consum.

Dintre multiplele **BENEFICII** pe care le implică simplificarea vieții, iată-le pe cele mai comune:

- **Ai mai mult timp și spațiu** – pentru că ai mai puține lucruri de curățat, spălat etc. și pentru că toate sunt la locul lor;
- **Reduci impactul tău asupra mediului** – pentru că economisești consumul de energie, cumperi mai puține lucruri, colectezi selectiv etc.;
- **Te cunoști și te accepți mai bine** – prin solitudine, exerciții, așteptări realiste, încredere;
- **Poți să te canalizezi** spre lucruri care au însemnătate, precum familia, prietenii și să trăiești mai bine – pentru că ai timpul și spațiul pentru asta;
- **Nu cunoști stresul financiar** – pentru că trăiești cu mijloacele tale și nu îți depășești bugetul, pentru că reduci cumpărăturile și consumul și faci economii.

Mai puțin înseamnă mai bine

Mai puțin înseamnă nu altceva decât... mai puțin. Traiul simplu nu înseamnă însă un trai cu un buget strâmtorat, o estetică minimalistă sau negarea plăcerilor. Mai degrabă, simplitatea traiului desemnează o conștientizare deplină a alegerilor pe care le facem și a vieții pe care o trăim, precum și înțelegerea relației dintre acestea. Așadar, este vorba de mai puțin: mai puțin stres, mai puțină dezordine, mai puține datorii. Este vorba, totodată, de mult mai mult: mai multă bucurie de a trăi, mai multă libertate, mai multe lucruri care contează

cu adevărat, mai mult timp, mai mult spațiu, mai multă profunzime, mai multă seninătate, un trai mai bun.

Traiu simplu înseamnă descotorosirea de obligații, așteptări, oameni și înlăturarea împovărilor abundenței materiale din viață, a crea spațiu în casă, în inimă, în minte și în realitatea noastră pentru ceea ce avem cu adevărat nevoie. Înseamnă deopotrivă întoarcerea cu profunzime spre esențe și revenirea la un mod de viață pe care cei mai mulți dintre noi nu și-l pot aminti sau imagina decât vag: plăceri care nu costă grămezi de bani, recompense pe care nu trebuie să le cumperi în magazine, distracții care nu necesită un ecran sau intersectarea cu

70

sute de alte persoane. Simplitatea se poate practica în toate formele sale, printr-o stare de prezență în fiecare moment cu cel mai neînsemnat sau mai mic lucru pe care îl putem realiza – spălatul vaselor, alegerea îmbrăcăminții pe care să o porți, a hranei pe care să o mănânci și a muzicii pe care să o ascuți, selectarea a ceea ce este de aruncat, a ceea ce păstrezi și refolosești. Ea poate fi pe atât de simplă, pe cât este tăierea unui tricou vechi și transformarea lui în cârpe, replierea și reutilizarea unei pungi de hârtie sau îngrijirea unor plante.

Este nevoie de:

- determinare pentru a avansa în această direcție;

- reflecții, decizii, alegeri și acțiuni cu privire la ceea ce renunțăm și la ceea ce păstrăm;
- pași corecți pentru a obține mai multă liniște.

Pași către simplificarea traiului

Simplitatea voluntară atinge toate aspectele vieții și poate, așadar, fi realizată prin multe metode diferite. Reprezintă un demers continuu și personal care permite fiecăruia ajustarea progresivă a vieții în funcție de propriile valori și priorități. Și cum fiecare persoană pleacă dintr-un punct diferit și își creează obiective proprii, traiectoriile vor fi diferite.

Pe de altă parte, simplitatea voluntară se opune individualismului promovat de către societatea de piață și, din contră, caută favorizarea legăturilor sociale, folosirea în comun a bunurilor materiale și implicarea oamenilor într-un proiect colectiv al repartiției mai echitabile a resurselor și o utilizare responsabilă a acestora pentru asigurarea perenității planetei. Pașii în direcția simplității nu sunt întotdeauna ușor de realizat. Până la urmă, este vorba despre o călătorie, nu de o destinație în sine și poate fi uneori o deplasare cu doi pași înainte și unul înapoi.

- Antrenați-vă zilnic rezistența la solicitările lumii exterioare, întrucât abundența reprezintă un pericol pentru noi atâta timp cât refuzăm acceptarea opusului ei, respectiv a

privării voluntare. Demersul de a fi restrictiv declanșează un proces reglator natural;

- Pentru a reuși să vă transformați viața într-o direcție mai bună, trebuie să vă convingeți că merită osteaneala mai mult decât de a permite altora să vă ghideze viața (mai ales publicitatea și mass-media);
- Supunându-vă unei discipline proprii, atitudinea cu privire la viața de zi cu zi se va transforma înspre mai bine, încrederea voastră în voi înșivă va crește, și tot ceea ce este inutil și superfluu își va pierde din importanță;
- Profitați din plin de bunurile pe care le posedați deja, în loc să căutați constant ceva nou;
- Nu cheltuiți niciodată mai mult decât vă permit mijloacele proprii;
- A ști să renunți la superfluu constituie prima condiție pentru a reuși în luarea deciziilor personale;
- Învățați să vă produceți singuri bunuri, să reparați, să reciclați, cumpărați la mâna a doua, fiți creativi;
- Decongestionați sortându-vă hainele, renunțând la obiectele inutile sau la suvenirurile învechite, debarasați-vă de orice obiect care nu vă este cu adevărat util sau nu vă place în mod deosebit;
- Descoperiți valențele schimbului, împărtășirii, convivialității și ale utilizării în comun a bunurilor;
- Oferiți din ce în ce mai mult, fără să așteptați nimic în schimb.

Hrana

Cu cât sunt mai sănătoase materialele pe care le introducem în corpul nostru, cu atât mai sănătoși ne simțim, atât mental, cât și fizic. Asta nu înseamnă că trebuie să ne aliniem unei diete specializate, ceea ce ar putea contribui la stresul din viața noastră, ci să abordăm unele principii simple care să ne ghideze alimentația:

- Alegem alimente sănătoase (de evitat cele semipreparate), nemodificate;
- Gătim cât mai des posibil și evităm restaurantele pentru care nu cunoaștem trasabilitatea produselor servite;
- Cumpărăm produse de sezon și evităm industria agro-alimentară animală;
- Evităm risipa alimentară.

Dacă este posibil, cultivăm o mică grădină de zarzavat și conservăm surplusul recoltelor; grădinăritul este un aspect semnificativ al unei vieți simple, întrucât această activitate permite conectarea cu natura, ne solicită corpul și permite minții să se odihnească.

Vezi capitolul 4, pagina 90 pentru detalii dedicate Hranei Sustenabile și capitolul 9, pagina 158 – Grădinăritul Urban.

Locul de muncă

Pentru cei mai mulți dintre noi, a merge la serviciu reprezintă doar un mod de a ne câștiga banii pentru plata facturilor și datoriilor. În zilele bune ne aduce ceva bucurie, dar în cele mai multe cazuri din contra: activități mecanice, stres,

oboseală. Un asemenea mediu de lucru este un obstacol major către traiul simplu, întrucât ne stoarce de energie și ne îneacă spiritul. Pentru a evita aceste situații:

- Ne eliberăm de datorii;
- Ne asigurăm că munca ne satisface din punct de vedere psihologic;
- Avem în vedere schimbarea locului de muncă, dacă suntem prea stresați;
- Luăm în calcul soluții alternative: lucrul de acasă, normă parțială, orare flexibile.

Pretrecerea timpului liber

Cei mai mulți oameni sunt victimele unor orare strămtorate și, în rarele ocazii de timp liber, se simt extenuați și fac lucruri cu valoare personală scăzută sau nulă, precum a se uita la televizor sau a naviga pe rețele sociale. Timpul nostru este astfel devalorizat.



Astfel:

- Căutăm opțiuni gratuite sau cu costuri scăzute;
- Împrumutăm, în loc să cumpărăm (cărți, filme, jocuri etc.);
- Încurajăm ieșirile în natură care nu costă nimic: o plimbare mai degrabă decât un cinematograful multiplex, o sesiune de înot în lac decât la o piscină privată sau un parc acvatic;
- Sport frugal: activitatea fizică este foarte importantă, însă nu este nevoie să plătim pentru ea.

Deplasări

- (Re)descoperim plăcerea mersului pe jos și a pedalatului;
- Limităm pe cât posibil călătoriile energivore.

Sărbători și cadouri

- Revenim la semnificațiile de odinioară, ne îndepărtăm de vortexul mediatic și de cursa supraconsumului;
- Privilegiem cadourile în funcție de timpul și/sau sentimentele investite, nu în funcție de valoarea economică (obiecte produse manual, obiecte reciclate etc.) pentru corp și minte: cărți, muzică, ședințe de masaj, ore de formare în anumite domenii.

Cumpărături

- Încercăm să evităm publicitatea, ne concentrăm pe nevoile esențiale și reale;
- Favorizăm produsele vrac, fără ambalaj;
- Evităm produsele de marcă.

Vezi capitolul 5, pagina 96, în care este abordat pe larg subiectul Cumpărăturilor responsabile.

Acasă

Adunarea și păstrarea de lucruri acasă reprezintă unii dintre cei mai mari dușmani ai simplității voluntare. Lucrurile au nevoie de aranjare, curățare, mentenanță, costuri financiare, dar și de timp sau de spațiu.

- Evităm să păstrăm toate lucrurile: aruncăm, donăm sau vindem ceea ce nu folosim cel puțin o dată pe an;
- Ne debarasăm regulat de haine, cărți și obiecte pe care nu le folosim;
- Facem curățenie cu ajutorul produselor ieftine și inofensive, deopotrivă: oțet, bicarbonat de sodiu, săpun vegetal, borax;
- Închidem televizorul și calculatorul, spre a lăsa spațiu pentru legăturile familiale și amicale;
- Reducem volumul deșeurilor generate, colectăm selectiv și compostăm;
- Găsim și implementăm metode de a micșora, de la un an la altul, facturile pentru energie și apă.

În familie

Dacă alegi să ai o familie, unul dintre cele mai importante lucruri pe care le poți face cu timpul și energia ta este să îl petreci, respectiv să o consumi, pentru ea și cu ea. Familiile înseamnă responsabilitate și bucurie în același timp, iar modul în care îți îndeplinești responsabilitatea și îți câștigi bucuria este prin investițiile de timp și de energie:

- Stabilim priorități;
- Luăm masa cel puțin o dată pe zi împreună;
- Ne rezervăm timp pentru a ne relaxa cu toții: lectură, meditații, sport etc.



3. Abordarea critică a consumului

Întrucât consumul este în principal un mijloc pentru bunăstarea umană, scopul în viață ar trebui să fie obținerea bunăstării maxime cu un consum minim.

SCHUMACHER, 1973:42

74

Într-o economie în mare măsură globalizată, rolul consumatorului depășește mai mult ca niciodată simplul act de a cumpăra. A cheltui bani înseamnă a deține o putere și responsabilități care pot influența echilibrele sociale, economice și de mediu la scară planetară.

Pentru a răspunde provocărilor viitorului, consumatorilor li se cere să devină **consuma(c)tori**, respectiv cumpărători responsabili, așa cum s-a și subliniat în cadrul Summitului Mondial pentru Dezvoltare Durabilă de la Johannesburg din anul 2002: **schimbări fundamentale în modul în care societățile produc și consumă sunt indispensabile pentru a realiza o dezvoltare durabilă la scară planetară.**

A consuma critic nu înseamnă altceva decât de a acorda atenție actului de consum, de a utiliza această importantă facultate pe care o avem – critica – așa cum o înțelegea Kant, pentru a acționa în viața de zi cu zi într-un mod care să nu contribuie la distrugerea economică manifestată în generația noastră.

Din ce în ce mai multe persoane încep să pună sub semnul întrebării credința conform căreia bunăstarea depinde de niveluri din ce în ce mai ridicate de consum și cei mai mulți dintre membrii populațiilor țărilor bogate consideră că societatea lor este prea materialistă, cu o prea mare atenție spre consum. Gradul de conștientizare a consumatorilor cu privire la problemele mediului și dorința de a acționa pentru a le diminua sunt în creștere în cele mai multe țări, cu precădere în țările dezvoltate.

Aproape paradoxal, amprenta ecologică este mare și în creștere tot în aceleași

țări. Explicația poate fi găsită în faptul că, în general, comportamentele prietenoase sau responsabile cu mediul se reduc la anumite activități punctuale și nu au o abordare integrată.

De exemplu, reciclarea deșeurilor domestice, folosirea unui bec cu incandescentă, cumpărarea de produse verzi sau plantarea unui copac sunt cele mai comune activități care desemnează acest comportament. Fiind aspecte punctuale și neavând o reprezentare într-un stil de viață cotidian, acestea nu pot asigura un trai sustenabil. Ele servesc la deculpabilizarea celor care le adoptă, prin faptul că aceștia au sentimentul unei contribuții semnificative în abordarea problemelor de mediu. Contribuțiile rămân, așadar, marginale în cazul celor mai mulți consumatori care eșuează prin lipsa abordării unei atitudini critice și a unui comportament (mai) radical, singurele potrivite pentru generarea schimbării tendințelor actuale. Consumatorii critici, în creștere și ei, sunt cei care pot contribui semnificativ la reducerea amprente ecologice.



Dinamica ce duce la schimbarea socială stă în procesul consumului, revendicările consumatorilor cu privire la produse mai curate, mai prietenoase cu mediul, solidare și echitabile, provenite din economia socială, reprezentând un factor esențial pentru avansarea în direcția sustenabilității. Această schimbare implică redimensionarea modului de viață și o redefinire a nevoilor.

Chiar dacă argumentul nevoilor este fragil, ca urmare a relativității acestora prin construcția lor culturală și istorică, este necesară orientarea bunului simț într-o direcție mai bună prin care să fie diferențiate nevoile vitale sau cele cu adevărat necesare sporirii bucuriei de a trăi față de dorințele superflue.

75

3.1. Câteva principii de consum critic

Principiul gratuității

- evadarea din economie ca sistem de reprezentare și favorizarea bunurilor și serviciilor pentru care nu trebuie să plătești și/sau care nu fac obiectul unor tranzacții comerciale;

Principiul utilității

- evitarea cumpărăturilor sau serviciilor care nu corespund unor nevoi reale, astfel încât să contribuim cât mai puțin la consumerism și la epuizarea resurselor naturale;

Principiul prevenirii

- optarea pentru bunuri și servicii care limitează pe cât posibil daunele aduse

mediului, sănătății umane sau oricărui alt domeniu;

Principiul eficienței

- analiza mijloacelor și resurselor folosite pentru a produce și pentru a livra un articol sau un serviciu pe piață, cu scopul de a-l privilegia pe cel care respectă mai bine resursele naturale și condițiile de lucru;

Principiul calității

- preferințe pentru produsele care au o mai mare durată a vieții: pe termen lung folosesc mai puține resurse naturale pentru fabricarea lor și, totodată, generează mai puține deșeuri;

Principiul solidarității

- favorizarea căilor comerciale care țes legăturile dintre cumpărător, distribuitor și producător, cu scopul de a repartiza echitabil prosperitate fiecărui actor.

Care sunt implicațiile?

A consuma mai puțin?

Consumul în spiritul dezvoltării durabile nu înseamnă renunțare. Este vorba în primul rând de a consuma mai bine, diminuând utilizarea de resurse (apă, materii prime etc.) și de energie și luând în considerare implicațiile sociale ale actului de consum.

Dacă toată populația globului ar utiliza la fel de multe resurse ca o persoană din țările din Vest, am avea nevoie de resursele aferente a trei planete pentru a

răspunde nevoilor umanității. Este deci important să ne modificăm modul de consum cu scopul de a privilegia bunurile și serviciile care economisesc energie și de a prezerva resursele naturale, mai ales pe cele neregenerabile.

Înlocuirea abordării cantitative cu una calitativă este primul pas pentru un consum responsabil. Mare parte din produsele pe care le cumpărăm au un ciclu de viață scurt, fiind transformate în deșeuri în mai puțin de un an. În alegerile de consum pe care le facem, este bine să reflectăm la nevoile și la dorințele cărora răspund bunurile pe care pe cumpărăm.

Contribuie acestea la confortul ori la starea noastră de bine sau au numai efecte triviale asupra vieții noastre, alături de impactul negativ asupra mediului?

3.2. Cumpărături conștiente

Produsele și serviciile conforme cu principiile dezvoltării durabile nu presupun înlăturarea confortului și bunăstării. Din contră, pot chiar oferi plăceri superioare sau echivalente, cu un impact mult mai scăzut. Mai mult, putem resimți o mare satisfacție prin alinierea comportamentului de consum cu idealurile proprii, privilegiind calitatea și durabilitatea în locul cantității și superfluului.

Costuri mai mari?

Un produs care integrează în prețul de vânzare condiții de muncă decente, procese de producție puțin poluante sau



o mai bună exploatare a resurselor energetice poate fi mai scump decât produsele concurente. Însă economiile care se fac pe seama muncitorilor sau a mediului se plătesc uneori mai târziu, deseori la un cost mai ridicat pentru ansamblul societății, chiar al planetei. Putem să reflectăm de exemplu la consecințele sociale ale delocalizării, la impactul pentru sănătatea umană al unor deșeuri chimice sau al despăduririlor.

Consumul critic înseamnă să trecem dincolo de simplul raport preț-calitate. Înseamnă interogarea cu privire la impactul unei achiziții înainte de a lua o decizie de cumpărare. Înseamnă a se întreba, de exemplu, pentru o pereche de pantofi, unde și de către cine a fost fabricată, dacă producția s-a realizat în condiții de lucru decente pentru muncitori și cu ce daune asupra mediului, cât timp îi vei putea utiliza?

Ne putem de asemenea pune acest tip de întrebări la toate rafturile magazinelor:

- Această marcă de cafea asigură venituri decente pentru producător?
- Acest obiect de mobilier contribuie la dispariția pădurilor tropicale?
- Acest tricou fabricat în Asia a fost cusut în condiții bune de muncă?
- Acest suvenir provine de la o specie pe cale de dispariție?

Multe întrebări dificile care pot oferi uneori răspunsuri multiple. Multe alegeri complexe, care pot ridica îndoieli și contradicții. De exemplu: privilegiind

un produs regional în locul unui produs venit de pe alt continent evităm transportul superfluu și favorizăm economia locală. Dar această alegere se poate realiza în detrimentul unei companii situate într-o zonă tributară exporturilor produselor respective.

Concilierea libertății cu responsabilitatea

Complexitatea argumentelor de cântărit pentru o decizie de a consuma sau nu un produs este reflecția complexității sistemului economic globalizat. Singura cale realistă trece prin libertatea individuală. Însă o libertate informată, responsabilă și respectuoasă. A consuma de manieră durabilă înseamnă plasarea noțiunii de respect în centrul acțiunilor noastre: respectul celorlalți, fie că aparțin propriei generații sau celor viitoare, respectul diferențelor și al diversității, respectul mediului și al resurselor pe care ni le oferă planeta.

De unde să începem?

Adoptarea unui mod de consum durabil este un demers complex care obligă la luarea în considerare a unui număr de factori. Integrarea deodată a tuturor aspectelor pentru fiecare act de consum poate fi copleșitoare și descurajatoare. Sfatul nostru este de a începe cu unele produse pe care le cumpărăm în mod frecvent și mai apoi să lărgim progresiv abordarea și pentru alte domenii de consum.

Criteriile pe care să ne fondăm alegerile:

În funcție de tipul de cumpărături vom acorda mai multă greutate unui criteriu sau altul:

- Pentru cumpărăturile curente – alimentație, îmbrăcăminte, igienă corporală, produse de menaj, este important să ținem seama de:
 - Volumul ambalajului;
 - Efectele asupra sănătății;
 - Impactul asupra mediului;
 - Originea produselor;
 - Mijloacele de transport care le-au adus pe piață;
 - Repercusiunile în termeni de locuri de muncă, solidaritate Nord – Sud;
 - Impactul pentru economia locală.
- Pentru cumpărăturile de articole destinate să ne servească pe termen lung (mobilier, echipament electronic etc.):
 - Durata de viață;
 - Posibilitățile de reparații;
 - Consumul de energie și alte resurse.

Să ne cunoaștem mai bine pentru a consuma mai bine

Nu suntem întotdeauna conștienți de motivele veritabile care ne determină să facem o cumpărătură. Iată anumite motivații inconștiente cu care este recomandat să ne identificăm în calitate de consumator:

- Siguranță? Această cumpărătură satisface nevoia mea de siguranță; sunt ușurat(ă) să am acest produs în eventualitatea în care aş avea nevoie;

- Spiritualitate? Cumpărând acest produs sau acest serviciu, dau valoare existenței mele, un sens vieții;
- Putere și seducție? Această cheltuială va îmbunătăți imaginea mea în ochii celorlalți și va contribui la statutul meu social;
- Conformitate? Această cumpărătură îmi va permite să fiu mai sigur(ă) pe mine, să fiu la modă, în rând cu lumea sau cu anturajul meu profesional;
- Libertate? Prin această achiziție îmi afirm independența spiritului și a originalității mele, fără a mă conforma așteptărilor celorlalți;
- Hedonism? Nu am făcut această alegere decât pentru mine: această cumpărătură nu are alt scop decât de a-mi face plăcere;
- Provocare? Îmi place emoția descoperirilor, vreau să fiu un pionier sau o pionieră, să stăpânesc o noutate tehnologică.

Motivații complexe

Cea mai mare parte a economiștilor afirmă că un consumator este suveran în actul de cumpărare și că face alegerile într-o manieră rațională. Totuși, în realitate, deciziile noastre se fac deseori pe baza unor informații incomplete sau părtinitoare. Este, așadar, mai corect să spunem că cumpărăturile noastre, oricât de raționale ar fi, sunt în mare măsură condiționate și determinate de publicitate, de către normele socioculturale și de către motivații ancorate profund în noi înșine.

Mirajul marketingului

Specialiștii în marketing au învățat în urmă cu mult timp să exploateze, respectiv să creeze dorințe și visuri sau temeri și lipsuri. Aceștia știu cu precădere că o persoană care nu se simte bine în pielea ei este un consumator potențial excelent, în sensul că va avea cu ușurință tendința de a obține un bun sau un serviciu pentru a înlătura frustrările sau pur și simplu pentru simpla plăcere de a cumpăra. Reducerile, lucrurile în ediții limitate, cardurile de fidelitate, ofertele sunt metode de a da impresia consumatorului că el sau ea câștigă bani în timp ce îi cheltuie. Toate aceste strategii de marketing sunt părtașe la consumerismul actual, incompatibil cu dezvoltarea durabilă.

80

Mesaje de decodat

Ca reacție la această invadare a spațiului public și personal, strategiile de marketing și campaniile publicitare sunt din ce în ce mai mult denunțate. Printre criticile cele mai frecvente se numără:



- Apologia unui ideal de viață fondat pe materialism, individualism și competiție;
- Sexismul și exploatarea sistematică a pulsionilor sexuale;
- Efectele nefaste pentru sănătatea publică;
- Incitarea la supraîndatorare;
- Incitarea la comportamente necivice, periculoase pentru om și pentru mediu;
- Poluarea vizuală și degradarea peisajului.

Întrebările de pus înainte de realizarea unei achiziții:

- Identificarea motivațiilor: care sunt nevoile/ dorințele pe care această cumpărătură le satisface?
- Informarea: Preț? Calitate? Marcă? Proprietăți? Țara de origine? Materiale folosite? Condiții de producție?
- Efecte asupra mediului și asupra sănătății?
- Evaluarea alternativelor: Există variante mai bune în altă parte? Există un substitut? Există o alternativă mai puțin dăunătoare pentru mediu și pentru sănătate?
- Există o marcă?

Suntem deseori tentați să alegem articolul mai puțin scump. Însă un preț mai ridicat se poate justifica prin faptul că un obiect este de o mai bună calitate care îi conferă o durată de viață mai lungă, este mai practic, mai econom din punct de vedere energetic și/sau favorizează economia locală.

3.3. Locuri de consum

A consuma sustenabil nu înseamnă doar să alegem bine produsele și serviciile, ci să și reflectăm asupra locului de unde realizăm cumpărăturile sau de unde ne obținem produsele de consum. Alegerea acestora și modul de deplasare către ele au consecințe (de cele mai multe ori slab percepute) precum sporirea traficului motorizat și dispariția comerțului de proximitate și a micilor distribuitori.

Obligatoriu cu mașina?

Întrucât sunt situate la periferie și rău servite de către transportul public, hipermarketurile sau parcurile de petrecere a timpului liber generează un trafic motorizat privat care crește neconținut. Rutele de acces și marile parcuri ocupă deseori suprafețe imense.

Jumătate din cumpărături se realizează cu mașina în țările așa-numite *civilizate*, cu efecte asupra poluării aerului, schimbărilor climatice, creșterii poluării sonore.

Trafic mai mare, magazine mai puțin

Dezvoltarea supermarketurilor contribuie la dispariția micilor magazine de proximitate și la creșterea traficului motorizat. Antrenează, totodată, eroziunea legăturilor dintre persoanele care locuiesc în același cartier care se

intersectează din ce în ce mai puțin în locurile de cumpărături sau pe stradă.

De toate la un loc?

Mergând la centrul comercial pe jos, cu bicicleta sau cu transportul public, diminuăm daunele aduse vecinătății acestora. În acest sens, regruparea magazinelor poate duce la evitarea deplasărilor superflue.

Direct de la fermă / de la producător?

Combinarea acestei vizite cu o altă deplasare poate economisi combustibil și scădea amprenta ecologică. Agricultură contractuală de proximitate? Este vorba de contracte între consumatori urbani și fermieri locali care le dă dreptul consumatorilor la diferite produse alese în prealabil și livrate cu o frecvență regulată. Acest demers permite o bună trasabilitate a produselor, dezvoltarea de legături între oraș și sat și reducerea distanțelor de transport al mărfurilor.

Vezi capitolul 10, pagina 171.

Vitalizarea cartierului?

A cumpăra din propriul cartier este bun pentru sănătate și pentru planetă deoarece ne deplasăm pe jos. Prețurile uneori mai ridicate sunt compensate prin economia de timp, prin gratuitatea deplasărilor și prin ameliorarea relațiilor de vecinătate. Prezența magazinelor de proximitate este esențială pentru persoanele în vârstă și cele care se deplasează cu dificultate.



La piață

Piețele sunt locuri în general foarte conviviale. Însă anumiți comercianți nu fac altceva decât să revândă *en detail* produse cumpărate *en gros* care nu sunt întotdeauna locale. Este important să analizăm și să căutăm persoane care oferă produse proaspete, de sezon, cultivate local.

De acasă?

În zilele noastre, o ofertă importantă de produse se găsește pe internet. Aceste tipuri de cumpărături trebuie analizate una câte una. Pot fi sustenabile în funcție de criteriile menționate anterior, de modul în care se poate intra în contact direct cu producătorul și trasa ciclul de viață al produselor, de condițiile de transport și livrare etc.

3.4. Practici de consum critic, responsabil

Consumul colaborativ reprezintă o inovație socială care desemnează explozia rapidă din ultimii ani în schimburile tradiționale de tip barter, în împrumuturi, închirieri și în gratuități reinventate prin tehnologiile de rețea la o scară și în moduri care erau imposibile în trecut.

Acest tip de consum reprezintă o forță economică și culturală care destramă modelele de afaceri tradiționale, reinventând serviciile publice, cu un mare potențial de a transforma modul de viață din acest secol. Gama largă de exemple de consum colaborativ cuprinde sectoare

economice diverse, de la hrană până la finanțe și pot fi clasificate în trei tipuri de sisteme:

1. sistemele de servicii pentru utilizarea de produse, bazate pe ideea că se poate plăti pentru a utiliza un produs fără a-l deține, cum ar fi sistemele car sharing sau bike sharing;
2. piețele de redistribuire care permit reutilizarea de bunuri care nu sunt noi și de care cei care le dețin nu mai au nevoie, către o regiune, o comunitate, o persoană căreia bunurile respective îi sunt utile;
3. stilurile de viață colaborative – schimburi de resurse în afara bunurilor precum timpul, spațiul, abilitățile sau banii (de exemplu băncile de timp, împrumuturile sociale, spațiile de lucru în comun etc.)

Reducerea transporturilor, cea a consumului de energie, a emisiilor de gaze cu efect de seră și a particulelor patogene conexe sunt intercorelate, prima inducându-le firească pe celelalte. Capacitatea de a reduce cu un factor 4 consumul de materie și energie, menținând, totodată, calitatea vieții, a fost demonstrat în domeniul transporturilor de studii științifice. Cei mai mulți dintre cei care aleg să-și simplifice viața și să consume responsabil nu dețin o mașină sau sunt membri într-o rețea care permite utilizarea unor mașini în comun (car sharing). Această alegere nu generează numai o reducere a impactului ambiental, ci în multe cazuri și o mai bună mobilitate. Utilizarea bicicletelor crește semnificativ, mai ales în țările

așa-numite *dezvoltate*, dar și în cele aflate în tranziție, precum România.

Favorizarea produselor locale

Produsele traversează de multe ori distanțe absurde, nejustificate înainte de a ajunge în magazinele din proximitatea noastră. Contribuie la schimbarea acestor tendințe, acordând prioritate produselor și alimentelor locale. Poți recunoaște produsele locale după codul de bare (594 sau 642 pentru România).

Reducerea toxicității produselor consumate se impune de asemenea. Consumatorii critici se manifestă împotriva efectelor negative ale așa-numitei revoluții verzi și nu consumă produse alimentare care conțin organisme modificate genetic, ci urmăresc produsele alimentare provenite din agricultura tradițională sau cea certificată eco, bio sau organic. La nivelul tuturor țărilor dezvoltate, acest sector alimentar are o creștere considerabilă. De asemenea, sisteme de certificare există pentru o gamă din ce în ce mai largă de produse alimentare, facilitând abordarea unor practici de consum prietenoase cu mediul.

3.5. Etichete

Un produs etichetat îndeplinește o serie de criterii specifice. Prin urmare, tu, drept consumator, ai anumite informații cu privire la produs și ești într-o mai bună poziție de a cumpăra un produs în cunoștință de cauză.

Problema este că sunt mii de etichete pe piață și acestea reprezintă lucruri diferite. Unele arată că ambalarea s-a realizat cu materiale reciclate sau că ambalajul este reciclabil. Alte etichete indică felul în care un produs a fost creat, unele iau în considerare criteriile ambientale, altele indică faptul că au fost îndeplinite criteriile sociale, politice și de comerț echitabil. Într-o mai mare măsură există etichete cu informații nutriționale pentru cele mai multe dintre produse. Atenția recentă asupra încălzirii globale a adus în agenda etichetării criteriile precum kilometrii alimentelor (*food miles*) și emisiile de CO₂.

Toate aceste etichete măresc pe de o parte posibilitățile noastre de a alege un produs care corespunde dorințelor și valorilor noastre. Pe de altă parte, pot induce o stare de confuzie și să facă alegerile și mai dificile din cauza junglei crescânde a etichetelor. Cum să știm în ce etichetă să avem încredere și care dintre etichete nu reprezintă altceva decât marketing?

Etichetele pot fi clasificate în 3 categorii mari în strânsă legătură cu tine în calitate de consumator:

3.5.1. Etichetele ecologice clasice

Acestea sunt certificate de o instituție independentă, se bazează pe criterii științifice și iau în considerație întregul ciclu de viață al unui produs. Exemple de astfel de etichete includ:



- Forest Stewardship Council

<https://us.fsc.org/en-us>



- Green Seal Certified – Timbrul Verde

<https://greenseal.org>



- Îngerul Albastru pentru Germania

<http://www.blauer-engel.de/en/home>



- Lebăda Nordică

<http://www.nordic-ecolabel.org/>



- NF Environment

<http://www.marque-nf.com/>



- The Dutch Milieukeur

<http://www.milieukeur.nl/>



Eticheta europeană pentru alimente organice:



În 2000, o etichetă europeană pentru alimente organice a fost introdusă voluntar de producătorii ale căror sisteme și produse au satisfăcut regulamentul UE (CEE 2000) în urma inspecțiilor. Consumatorii care cumpără aceste produse au certitudinea că cel puțin 95% dintre ingredientele produsului au fost produse organice.

Eticheta ecologică europeană:



Eticheta ecologică europeană poate fi aplicată la toate produsele și serviciile cu excepția alimentelor, băuturilor, produselor farmaceutice, dispozitivelor medicale și a substanțelor periculoase. Această etichetă urmărește să reprezinte cele mai importante 30% produse în fiecare categorie, astfel încât nu mai mult de 30% din produsele de pe piață pot obține această etichetă ecologică. Prin urmare nu este vorba de a stabili criteriile ideale pentru a limita impactul asupra mediului, ci mai degrabă de a utiliza aceste criterii pentru a determina, în condițiile pieței existente, care produse au impactul cel mai scăzut. Aceste criterii sunt revizuite o dată la 5 ani pentru a se adapta la dezvoltările de pe piață.

Scopul introducerii etichetei ecologice este de a promova produsele care au un impact redus asupra mediului, pe parcursul întregului lor ciclu de viață. Etichetarea ecologică este o acțiune voluntară (agentul economic nu este obligat să-și aplice eticheta ecologică pe produs).

Eticheta românească pentru agricultură ecologică:



Sigla „ae” se aplică, după caz, pe produs, pe etichetele și ambalajele produselor agro-alimentare ecologice, obținute în România sau importate. Mai multe informații oficiale despre agricultura ecologică în România pot fi găsite pe pagina web a MADR³⁸.

3.5.2. Etichete obligatorii

Acestea se bazează pe standarde guvernamentale, europene sau internaționale. Producătorii trebuie să indice ce conțin produsele lor și cum se comportă acestea. Aceste etichete sunt folosite, de exemplu, pentru produse care conțin substanțe chimice de risc sau pentru a demonstra eficiența energetică. Etichete ușor de recunoscut sunt *Energy star* pentru calculatoare personale sau laptopuri și cele care transmit eficiența energetică pentru aparate electrice precum frigidera sau mașini de spălat.

³⁸ www.madr.ro/ro/agricultura-ecologica.html

CONSUMA
Mai Bine
PRODUSE VERZI
Comert, MICI
ECHITABIL Producatori
INGREDIENTE
Locale Naturale
FILTRATĂ
Apă
GRATUITĂ
★
[Hov] Meniul zilei
BOARS DE STECLA
1. Supă cremă de dovleac
2. Tartă de cartofi
3. Brioșă vegană



3.5.3. Declarație proprie

Acestea sunt etichete realizate de companii, fără înregistrare independentă printr-o parte terță și oferă, de asemenea, informații despre produs. Unele pot fi relativ apropiate de etichetele ecologice clasice, dar în unele cazuri au o însemnătate scăzută și arată mai degrabă a marketing verde sau a *greenwashing*.

Etichetele organice sunt relevante pentru toate țările europene. Astăzi poți găsi una sau mai multe etichete organice în majoritatea țărilor europene. Există diferențe între țări cu privire la faptul că pot fi mai multe etichete organice sau una singură sau pot fi etichete private sau controlate la nivel național. Țări precum Danemarca, Austria și Suedia au introdus etichete naționale controlate de stat pentru hrana organică. Alte țări precum Belgia, Italia, Spania și Marea Britanie au mai multe organisme certificate, fiecare cu etichete diferite. Este bine să luăm în considerare și faptul că criteriile pentru certificare variază de la o țară la alta.

3.6. Studiu de caz

Spațiu de consum sustenabil

Centrul Urban de Inițiative Bune – CUIB – este primul spațiu de consum responsabil din România, respectiv prima afacere socială care pune la dispoziția clienților numai produse alimentare și nealimentare sustenabile. Această abordare de pionierat presupune

integrarea celor trei dimensiuni ale dezvoltării durabile – **natura, societatea, economia** – în filozofia imaginării și funcționării spațiului.

Astfel, produsele sunt selectate pe baza unui set prestabilit de criterii grupate în cinci categorii (etica în afaceri, impactul asupra mediului, echitate, utilitate și calitate) și un set de alte criterii care nu pot fi încadrate în categoriile respective (condițiile de depozitare, avize necesare sau anumite restricții, raportul preț/calitate, perisabilitate).

Tabelul de mai jos redă criteriile stabilite de membrii Asociației *Mai Bine* grupate pe categoriile menționate și ordonate după gradul de importanță. În funcție de criterii pentru fiecare produs calculăm suma punctelor obținute. De exemplu pentru criteriul 1.1. punctajul va fi de la 2 puncte la -2 puncte în funcție de transparența producătorului (2 – transparență totală, cu rapoarte financiare publicate, 1 – transparență mare, 0 – anumite aspecte transparente, -1 – foarte mică transparență, -2 – netransparent). Unor criterii nu li se va atribui o scală (de exemplu pentru criteriile 1.5 sau 2.1., unde produsele vor primi + 5 puncte). Produsele cu cel mai mare punctaj sunt produsele cele mai sustenabile și deci cele mai avantajoase pentru includerea în spațiul nostru de consum responsabil.

Categorii

Criterii produse

I. ETICĂ

- 1.1. Transparență
- 1.2. Responsabilitate socială (față de comunitate și de mediu)
- 1.3. Condiții de muncă bune pentru angajați
- 1.4. Locuri de muncă pentru persoanele defavorizate
- 1.5. Entitate de economie socială

II. ECHITATE

- 2.1. Produse certificate Fairtrade
- 2.2. Producătorii sunt remunerați echitabil
- 2.3. Producători locali (a se înțelege non-corporatiști)
- 2.4. Producători defavorizați (mediul rural, artizani etc.)
- 2.5. Produse solidare (procent din profit pentru o cauză socială)

III. ECOLOGIE

- 3.1. Impactul fabricării produsului asupra mediului
- 3.2. Produse naturale/eco/bio/organice
- 3.3. Proximitatea locului de producție, ambalare etc. (amprenta de carbon)
- 3.4. Ambalaj (sau lipsa acestuia)
- 3.5. Durabilitatea produsului (uzura)

IV. UTILITATE

- 4.1. Mare – uz curent
- 4.2. Medie – bine de avut la îndemână
- 4.3. Mică – rareori folosit
- 4.4. Utilitate estetică, artistică
- 4.5. Utilitate negativă (bun ostentativ)

V. CALITATE

- 5.1. Estetica produsului (competitivă cu produse asemănătoare)
- 5.2. Conținutul produsului (substanțe toxice, aditivi)
- 5.3. Preț/calitate (raportat la alte produse asemănătoare)
- 5.4. Originalitatea/Inventivitatea produsului
- 5.5. Calitatea materialelor, aspect

În tabelul de mai jos redăm un exemplu de calculare a punctajelor pentru trei categorii de produse. Punctajul poate fi și ponderat, în funcție de importanța categoriilor de criterii în eventualitatea în care vom urmări prioritizarea dimensiunilor. Fiecare produs va fi notat la fel, în funcție de fiecare criteriu, iar notele vor fi înmulțite în funcție de importanța dimensiunii criteriilor ($\times 1$ dimensiunea/criteriile puțin importante $\rightarrow \times 6$ dimensiunea/criteriile foarte importante).

Exemplele de produse folosite în matrice sunt cafeaua certificată fair trade și bio care provine de la o cooperativă, ceai verde bio produs de o companie străină mare și infuzie de plante de la un mic producător local. Rezultatele evaluării pe criterii arată că ceaiul verde are un punctaj cu o valoare mai mică decât jumătatea punctajului obținut de celelalte două produse. Această evaluare ne determină să căutăm un alt furnizor pentru ceaiul verde (de exemplu, un producător certificat fair trade și/sau de la o entitate de economie socială).

..... Criteriu Produs I Cafea Fairtrade bio Produs II Ceai verde bio Produs III Infuzie prod. local
1.Transparentă	0	0	0
2.Responsabilitate socială	2	1	0
3.Condiții de muncă bune pentru angajați	2	0	0
4.Locuri de muncă persoane defavorizate	0	0	0
5.Entitate de economie socială	5	0	0
6.Produse certificate Fairtrade	5	0	0
7.Producătorii sunt remunerați echitabil	2	0	2
8.Producători locali	0	0	2
9.Producători defavorizați	2	0	1
10.Produs solidar	2	0	1
11.Impactul ambiental al fabricării	-2	-2	2
12.Produse naturale/eco/bio/organice	2	2	0
13.Proximitate (amprenta de carbon)	-2	0	2
14.Ambalaj	0	-2	2
15.Durabilitate	0	0	0
16.Utilitate	0	2	2
17.Estetică, competitivitate	-	-	-
18.Conținut produs (aditivi, vitamine etc.)	0	0	1
19.Raport preț/calitate	1	2	1
20.Originalitate/Creativitate/Inovație	0	1	1
21.Calitate materiale, ambalaje, aspect	1	2	0
22.Condiții depozitare	2	2	2
23.Avize/restricții	2	2	2
24.Investiție/preț	0	0	2
25.Perisabilitate/Depreciere	1	1	1
TOTAL PUNCTAJ	25	11	24

Află mai multe:

<http://www.traieste.maibine.org/pionerat-prin-centrul-urban-de-initiative-bune/>

<http://www.traieste.maibine.org/cuib-spatiu-cu-impact-pozitiv/>

4. Favorizarea hranei sustenabile

Hrana să-ți fie medicamentul și medicamentul hrană.

HIPOCRATE

90

Adoptarea unui comportament de consum sustenabil începe cu hrana, întrucât **alimentația este responsabilă de mai mult de un sfert din impactul activității umane asupra mediului**. Producția de hrană necesită cantități enorme de apă și energie, depinde de recursul masiv la pesticide și poluează cursurile de apă, monopolizează terenurile și accentuează despădurirea. Pe traseul de la câmp la magazine, alimentația este responsabilă de **20% din emisiile globale de gaze cu efect de seră**.

Există în prezent multe controverse când vine vorba despre definirea unei hrane sustenabile. Concepte precum **organic, culturi locale, hrană sănătoasă, kilometri alimentari, emisii de CO₂, suveranitatea alimentară sau considerente cu privire la reducerea consumului de carne, folosirea de pesticide și ierbicide, drepturile fermierilor, reglementările comerțului liber** etc. reprezintă factori care ar trebui luați în calcul.

Nu există un răspuns simplu cu privire la alimentele pe care trebuie să le cumperi și/sau să le consumi pentru a avea cea mai sănătoasă, sigură și ecologică hrană și care nu dăunează altor persoane sau societății. Prin urmare, nu putem să îți indicăm ce și cum să faci, ci să-ți oferim informații și sfaturi practice, să te determinăm în același timp să analizezi critic ce este mai bine pentru tine, să reflectezi de fiecare dată înainte de a te decide cu privire la ce fel de produse alimentare cumperi sau consumi. Te îndemnăm, în primul rând, să știi ce aduni în coșul de cumpărături, în frigiderul tău, în stomacul tău și al familiei tale.

The word "BIO" is written in a large, bold, green, hand-drawn style font. The letters are thick and have a slightly irregular, organic feel, with the 'O' being a simple circle. The color is a vibrant green.

VEGAN

Pe scurt, hrana sustenabilă constă în alimente sănătoase produse local, sigure și hrănitoare, obținute prin metode de producție responsabile care respectă mediul natural, îmbunătățesc traiul animalelor și furnizează condiții de muncă și salarii echitabile pentru cei care lucrează pe parcursul ciclului de viață al alimentelor respective, contribuind astfel la prosperitatea economiilor locale.

Cea mai bună alegere este să cumperi mâncare organică cultivată local, cum-
părată în apropierea casei tale, de la oameni cărora le pasă de ceea ce produc. Nu avem întotdeauna această alegere, există disponibilitate limitată și avem zeci de alte griji pentru care să ne facem probleme și alte sute de lucruri mai importante de făcut. Este posibil totuși să facem o schimbare în mai bine și să fim conștienți de însemnătatea acțiunilor noastre, pentru că tot ceea ce facem are consecințe. **Și dacă ne străduim împreună, putem crea presiune pentru guvernele noastre, pentru a ne ajuta să facem hrana mai sustenabilă, mai bine înțeleasă, putem crea o cerere care va rezulta într-o posibilitate de alegere mai ușoară, mai bună pentru noi înșine, familiile și planeta noastră.**

4.1. Alimentele naturale

În categoria de hrană naturală (bio/eco/organică, certificată sau nu) pot fi încadrate alimente pentru care se garantează că producția lor se străduiește să sporească ciclurile naturale biologice,

se realizează potrivit anumitor standarde, evitând utilizarea fertilizatorilor sintetici, pesticidelor, deșeurilor, iradierii și respectă măcar un standard minim al stării de bine a animalelor. În Uniunea Europeană, organismele modificate genetic (OMG) și produsele derivate din acestea sunt excluse în mod explicit din metodele producției organice. În plus, hrana organică presupune, în general, standarde mai înalte cu privire la bună starea animalelor.

BINE DE ȘTIUT:

- Fructele și legumele de sezon și locale consumă în medie de 10 până la 20 de ori mai puțin petrol față de cele importate.
 - Un european mănâncă în medie, de-a lungul vieții, 750 de pui, 45 de curcani, 29 de oi, 20 de porci, 15 rațe, 5 vaci și aproape jumătate de tonă de pește.
- Producția românească de hrană asigură peste 3500 kcal/zi/locuitor, dublu față de rația zilnică recomandată (de 1500-2000 kcal).

91

Hrana organică este mai nutritivă, conține mai puțini aditivi dăunători (sau deloc), mai mulți nutrienți primari și nu conține riscurile adiționale otrăvirii hranei. Prețurile alimentelor reflectă în mod normal costurile cultivării, creșterii, recoltării, transportului, procesării și împachetării hranei respective. Hrana organică folosește, în general, mai multă forță de muncă pentru că, de exemplu, presupune plivit, rotirea culturilor

ORGANIC

pentru păstrarea unui sol sănătos și are loc pe o scară mai mică, privându-ne astfel de beneficiile unei economii de scară mare. Toate acestea fac ca hrana organică să fie mai scumpă decât hrana produsă în fermele convenționale.

Totuși, dacă în prețurile alimentelor neorganice ar fi incluse și costurile ascunse, cum ar fi înlocuirea solurilor erodate, curățarea apei contaminate, costurile îngrijirilor medicale pentru persoanele care lucrează de-a lungul ciclului de viață al alimentelor, ele ar costa mult mai mult, drept urmare hrana organică nu ar mai părea mai scumpă prin comparație. Este necesar să privim întregul ciclu de viață al producției alimentelor organice vizavi de cele convenționale și să acordăm atenție costurilor ascunse.

4.2. Reducerea consumului de produse de origine animală

La nivel mondial, numărul vegetarienilor voluntari (cei care aleg să nu mănânce carne) este de 75 de milioane și tendințele de creștere ale acestui număr sunt evidente. Motivele alegerii acestei diete variază de la preocuparea pentru sănătate sau pentru mediu, la considerente etice legate de modul de tratare a animalelor. În Italia, 10% din populație este vegetariană, în Anglia și Germania 9%, în Olanda 4,5%, iar în celelalte țări, inclusiv în România, procentajul este de asemenea în creștere, conform Societății Vegetariene din România. Această

societate amintește în materialele sale promoționale că Albert Einstein considera că **nimic nu va aduce beneficii mai mari pentru sănătatea umană și nu va crește șansele supraviețuirii pe Terra ca evoluția către o dietă vegetariană.**

Iată trei direcții de reflecție legate de consumul de carne:

- Abordarea unui comportament sustenabil implică înțelegerea interdependenței care caracterizează lumea actuală: sănătatea mediului, sănătatea umană și bună starea animalelor sunt interconectate. Modul în care sunt tratate astăzi animalele în numele satisfacerii nevoilor dezvoltării moderne nu corespunde deloc unei viziuni a echilibrului global.
- Producția de carne și nu transportul, cum se consideră în general, este cauza principală a emisiilor de carbon și deci a schimbărilor climatice. În prezent, aproape o treime din suprafața Pământului este folosită pentru creșterea animalelor, iar în SUA, 99% din producția de carne se realizează în ferme industriale, cu un impact foarte mare asupra mediului.
- Există un consens din ce în ce mai mare în cercurile științifice cu privire la beneficiile reducerii consumului de produse de origine animală asupra sănătății umane și cu privire la faptul că alimentele de origine animală nu sunt indispensabile unei diete echilibrate.



4.3. Alimente locale și de sezon

Ca urmare a globalizării și a antrenării prin mecanismele acesteia a delocalizării, produsele pe care le consumăm parcurg deseori distanțe aberante. Cea mai mare parte a alimentelor disponibile în supermarketuri vine de departe și parcurge distanțe lungi înainte de a ajunge la magazinul de destinație. Faptul că folosim mâncare transportată astfel și/sau mâncare păstrată în conserve sau congelată când legumele și fructele proaspete sunt disponibile local reprezintă o pierdere vitală și socială, din multiple considerente:

- Hrana transportată astfel utilizează în medie de 17 ori mai mult petrol decât hrana consumată local, iar energia folosită la transportarea și refrigerarea alimentelor contribuie la schimbările climatice.
- Dependența de surse de alimente aduse de departe face ca o regiune să fie vulnerabilă la variațiile ofertei de alimente și înlătură orice răspundere reală a producătorului în fața consumatorului. În schimb, cumpărarea de produse locale păstrează capitalul în interiorul comunității respective, ceea ce contribuie la sănătatea tuturor sectoarelor economiei locale și mărește calitatea vieții locale.
- Când alimentele sunt transportate pe distanțe lungi, sunt tratate pentru rezistență cu diverse nanoparticule și au tendința de a pierde din gust și din valoarea nutrienților din cauza timpului și condițiilor petrecute în tranzit.

4.4. Cumpătare și reducerea risipei alimentare

În țările *dezvoltate*, oferta extraordinar de diversă a produselor alimentare ne permite să mâncăm mai ales în funcție de poftă, mai degrabă decât de nevoi. Dacă aruncarea hranei era odinioară de neconceput, astăzi deșeurile organice reprezintă aproximativ o treime din conținutul coșurilor de gunoi.

În timp ce foamea încă persistă în lume pentru sute de milioane de oameni, o parte a populației lumii suferă de obezitate și de bolile cronice asociate cu aceasta precum diabet, boli cardiovasculare și cancer.

Aceștia din urmă nu sunt neapărat mai bine hrăniți: obezitatea maschează deseori carențele în vitamine și în minerale. În țările dezvoltate, obezitatea infantilă este în mod particular alarmantă, legată de lipsa de exerciții și de rele obiceiuri alimentare. Există azi pe piață bunuri alimentare de consum care nu ne hrănesc corpul și nu ne alimentează cu energie, ci mai degrabă ne îmbolnăvesc.

Un exemplu este dat de băuturile carbogazoase, care generează dezechilibre

importante, mai ales în rândul tinerilor. În plus, ambalajele acestora ridică probleme de mediu din ce în ce mai greu de controlat și largă lor distribuție se face în detrimentul băuturilor tradiționale sau locale.

Estimări din anul 2013 indică faptul că aproximativ jumătate din alimente la nivel global devin deșeuri. Pierderile se realizează la toate nivelurile ciclului de viață a produselor. În țările cu venituri scăzute, cea mai importantă parte este irosită în timpul producției, în timp ce în țările dezvoltate, o cantitate însemnată de hrană – aproximativ 100 de kilograme de persoană pe an – se pierde în etapa consumului.

4.5. Produse provenite din comerțul echitabil, cinstit



Când produsele pe care le dorim nu sunt disponibile pe plan local (precum cafeaua, ciocolata, bananele și alte fructe, legume sau cereale exotice), merită să acordăm prioritate produselor care garantează un comerț echitabil, respectiv care asigură că muncitorii din țările respective obțin un venit corect și că sunt realizate investiții durabile cinstite.





Fair Trade (Comerț Echitabil) desemnează o mișcare socială și economică ce apără drepturile producătorilor și dorește să echilibreze sumele ce le revin acestora din vânzarea produselor, în comparație cu profiturile realizate de distribuitori. Această mișcare reprezintă, pe de o parte, un sistem de certificare a unui parteneriat comercial, bazat pe dialog, transparență și respect, care urmărește mai multă echitate în comerțul internațional și, pe de altă parte, o mișcare socială condusă de consumatori responsabili care își propun îmbunătățirea condițiilor de trai pentru muncitorii marginalizați.

Acest tip de comerț contribuie la condiții comerciale mai bune și apără drepturile fermierilor, artizanilor și ale muncitorilor, în special ale celor din țările în curs de dezvoltare. În țările din Vest, popularitatea mișcării pentru un comerț

echitabil este în creștere susținută (de exemplu, în prezent, o banană din patru vândute este certificată Fairtrade în Marea Britanie) și condusă în principal de consumatori care înțeleg gama largă de implicații sociale, ecologice, economice și politice pe care o au cumpărăturile lor.

În general, a consuma echitabil se referă la a consuma conștient în țările bogate, în scopul ajutorării producătorilor din țările sărace. Cu toate acestea, există și comerț echitabil în cadrul aceleiași țări, comerț care implică promovarea produselor locale realizate de producătorii marginalizați sau vulnerabili, ca formă de sprijin pentru aceștia.

Află mai multe:

www.povesteabananei.ro

www.makefruitfair.org

5. Realizarea de cumpărături responsabile

Dacă vrei să te simți într-adevăr bogat, numără lucrurile pe care le ai și pe care banii nu le pot cumpăra.

AUTOR NECUNOSCUȚ

Oprește-te câteva minute și gândește-te la produsele pe care le cumperi în fiecare zi: de la cafeaua de dimineață pe care o bei la birou sau sendvișul de la magazinul din colț, până la costul unui apel telefonic sau al unui plin la mașină, la cel al unei haine și al unui accesoriu mult dorite, un produs de igienă „necesar”. Fiecare alegere pe care o faci are consecințe semnificative asupra mediului natural, social și economic.

96

5.1. Băuturi

Alegerea unei băuturi are un impact mare asupra sănătății. Este suficient să ne gândim la dezechilibrele alimentare generate de băuturile răcoritoare care sunt la modă. Totodată, această alegere poate avea consecințe asupra mediului și asupra condițiilor de muncă ale producătorilor. Pentru a-ți potoli setea, este, așadar, recomandat să te interesezi cu privire la originea produselor, poziția lor, modul de ambalare. Și de fiecare dată amintește-ți că cea mai ecologică și mai economică băutură rămâne apa de la robinet.

Ce tip de ambalaj?

Deși aproape toate ambalajele băuturilor sunt reciclabile, în țara noastră se reciclează mai puțin de 1% dintre acestea. Sticlele de plastic prezintă un mai bun bilanț energetic decât dozele de aluminiu, dar cel mai bine e să alegeți băuturi în sticle care sunt recuperate de distribuitorii alimentari.

Sticlă sau robinet?

Apa de la robinet este în general de bună calitate, este o apă vie și cea mai ecologică alternativă, pentru că nu generează impact asupra mediului nici prin prețuri, nici prin transport.

Află mai multe:

www.apafaraplastic.ro



Zahăr și stimulenți?

Un litru de băuturi răcoritoare carbogazoase poate conține echivalentul a până la 240 g de zahăr. Aceste băuturi conțin, de asemenea, stimulenți precum cafeină sau teină, care pot perturba somnul și atenția, mai ales în cazul celor mai tineri.

Băuturi echitabile și solidare?

Modul de producție și proveniența băuturilor pe care le consumăm ne pot influența alegerile. Cafea, cacao și ceaiuri verzi sau negre certificate *fair trade* au fost introduse în ultimii ani în



România. De asemenea, există opțiuni de băuturi naturale produse de mici producători locali sau regionali, uneori chiar în întreprinderi sociale.

Sucurile

Cea mai mare parte a sucurilor pe care le consumăm vine de departe. De exemplu, sucul de portocale, atât de comun, sub formă concentrată, este rediluat pentru a fi pus în sticle, ceea ce presupune un mare consum de energie (2 deciltri de petrol pentru 1 litru de suc) și de apă. Chiar dacă este bogat în vitamina C,

acest suc conține de trei ori mai puțini oxidanți decât sucul de mere.

Cafeaua

Considerentele etice ale comerțului cu cafea și ciocolată sunt probabil mai dezbătute decât în orice alt sector, întrucât acestea reprezintă o industrie la scară globală: miliarde de căni de cafea și de bucați de ciocolată sunt consumate zilnic, determinând o cerere uriașă pentru aceste produse. În jur de 100 de milioane de persoane sunt implicate în comerțul cafelei, dintre care mai mult de 20 de milioane sunt mici fermieri cu mai puțin de 10 acri de pământ. Controlul industriei de cafea este deținut de o mână de corporații uriașe.

Pentru că aceste companii obțin profituri cumpărând, procesând și recomercializând cafeaua, scăderea prețurilor a fost de fiecare dată în avantajul lor. Faptul că aceste companii devin din ce în ce mai bogate, în timp ce fermierii suferă acut din lipsa mijloacelor de trai, a dus la creșterea sentimentelor de indignare.

5.2. Ciocolata

Asemenea cafelei, cacaoa, ingredientul de bază al ciocolatei, este un produs tropical care este obținut aproape în exclusivitate în țările sărace *în curs de dezvoltare* și consumată în principal în țările bogate. Ciocolata este asociată cu romantismul, cu poftă inșafiată și un sentiment general de lăcomie. La această listă însă ar mai trebui adăugată violarea



98

drepturilor omului, pentru că mai mult de un sfert de milion de copii din Africa de Vest sunt în spatele industriei de cacao. Cel mai probabil, acești copii sclavi care muncesc și fermierii care le sunt stăpâni nu vor gusta ciocolată niciodată în viața lor. Ei recoltează cacaua utilizând macete și administrează pesticide și insecticide fără măști, cizme de cauciuc sau alte echipamente adecvate.

Afacerile cu ciocolată însumează estimativ 50 de miliarde de dolari anual și sunt controlate de puține companii gigant. Pe piața românească, suprațmația este împărțită între cinci mari producători internaționali.

Știi că...

- cel mai comercializat produs din lume, după ulei și droguri ilegale, este cafeaua?
- un european consumă în medie 1,7 kg de ciocolată pe an, un american 1,3 kg pe an în medie, pe când în Africa, unde se produc două treimi din cacaua mondială, consumul mediu anual este mai mic de 150 de grame?

- unele dintre companiile producătoare sunt bine cunoscute pentru marketingul iresponsabil al substituiților pentru laptele matern în țările în curs de dezvoltare și pentru violarea drepturilor omului?

Ce poți face tu?

- Cumpără un filtru pentru purificarea apei de la robinet și spune *nu* apei îmbuteliată;
- Consumă băuturi naturale, proaspete, din fructe locale;
- Cumpără produse provenite din comerțul *fair trade*. Acestea sunt mai scumpe decât cele convenționale, însă sistemul echitabil (*fair trade*) garantează că fermierii primesc un venit suficient pentru a avea un trai decent;
- Scrie supermarketurilor care nu comercializează produse *fair trade*, pentru a le solicita introducerea de astfel de produse;
- Pentru sprijinirea economiei locale, cumpără băuturi produse și ambalate în România;
- Evită mărcile „mari“ care se fac cunoscute prin investiții semnificative în campanii de marketing, precum corporațiile menționate mai sus.

Află mai multe:

Fundația Mondială pentru Cacao

<http://www.icco.org/>

Comerț echitabil

<http://www.fairtrade.net/>

Criza cafelei

<http://dev.ico.org/documents/globalcrisis.pdf>

OXFAM

<http://www.oxfam.org/>

Apă fără plastic

www.apafaraaplastic.ro

Povestea apei îmbuteliate

<http://storyofstuff.org/movies/story-of-bottled-water/>

Coca Cola – raportul alternativ

<http://www.waronwant.org/attachments/Coca-Cola%20-%20The%20Alternative%20Report.pdf>

5.3. Bijuterii

Atât în ceea ce privește extragerea materialelor din care sunt fabricate, cât și fabricarea lor propriu-zisă, bijuteriile prețioase sunt asociate cu o serie de probleme care includ salarii mizere, exploatarea prin muncă a copiilor, condiții de muncă periculoase, degradarea mediului și chiar războaie. Însă, spre deosebire de haine, bijuteriile (mai ales cele „prețioase“), în general, nu au etichete cu numele producătorului. Așadar, este imposibil de știut dacă aurul pe care îl cumpărăm provine dintr-o mină care deversează deșeurile toxice în râuri, încalcă drepturile muncitorilor sau distruge arii naturale. Milioane de oameni au fost uciși,



mutilați și torturați în Sierra Leone, Angola, Congo și în alte țări în care conflictele sunt parțial iscate sau finanțate de exploatarea diamantelor. Filmul *Blood Diamond*, cu Leonardo di Caprio, înfățișează realitatea din zonele de conflict armat din Africa, unde diamantele sunt căutate și vândute pentru a finanța conflictele armate, spre profitul despoților războinici și al marilor companii de diamante.

Știi că...

- la o mină de aur din Baia Mare, România, în anul 2000 s-au scurs 120 000 de tone de deșeuri toxice, accident care este considerat cel mai mare dezastru ecologic din Europa, după Cernobâl?
- accidentul de la Baia Mare a determinat senatul ceh și parlamentul german să interzică tehnicile de minerit care extrag aurul folosind cianura?
- o singură mină din Papua Noua Guinee – Ok Tedi – generează zilnic 200 000 de tone de deșeuri, mai mult decât toate orașele din Canada, Japonia și Australia împreună?
- în perioada 1995–2015, aproximativ jumătate din aurul produs mondial provine din teritorii tradiționale ale indigenilor, ale căror drepturi sunt de cele mai multe ori nerecunoscute?
- în Ghana, între anii 1990 și 1998, mai mult de 30 000 de persoane au fost strămutate pentru operațiuni de minerit din regiunea Tarkwa?

- aurul produs pentru un inel de 10 grame lasă în urmă cel puțin 18 tone de deșeuri miniere?

Ce poți face tu?

- Cumpără bijuterii făcute din materiale naturale și/sau lucrate de mână;
- Spune NU bijuteriilor din corali; nu există variante sustenabile în această categorie de bijuterii, deoarece corali reprezintă cele mai fragile ecosisteme;
- Cumpără bijuterii din materiale reciclate, la mâna a doua sau vintage. Sunt cea mai ecologică opțiune, pentru că nu sunt exploatate materiale noi pentru fabricarea acestora;
- Cere-i distribuitorului sau bijutierului să-ți indice proveniența aurului pe care dorești să-l cumperi; îl vei încuraja astfel să ofere alternative mai bune din punct de vedere social și ambiental;
- Când cumperi diamante, ai posibilitatea de a cere o asigurare care să certifice că pietrele nu provin din zone de conflict armat;
- Perlele au un impact relativ scăzut asupra mediului. Culturile de perle sunt chiar utilizate pentru a curăța apa și a reduce poluarea cu metale grele.

5.4. Multimedia, calculatoare și accesorii

Astăzi, electronicele reprezintă unul dintre sectoarele industriale cu cea mai mare creștere. În ultimele 3 decenii, numărul de computere personale au crescut de zeci de ori, de la aproximativ 105 milioane în 1988, la un miliard în 2008 pentru ca în 2018 să fie deja aproape două miliarde de calculatoare personale în lume.

Încă nu ești surprins/ă? Află atunci că produsele electrice aruncate însumează în jur de 50 de tone pe an. Dacă ți-e greu să apreciezi această cantitate, imaginează-ți că, dacă deșeurile electrice globale ar fi puse în vagoanele unui tren, acest tren ar înconjura pământul. Deșeurile electrice reprezintă componenta cu cea mai rapidă creștere din rândul deșeurilor solide municipale, pentru că oamenii își schimbă telefoanele, calculatoarele, televizoarele și echipamentele audio mai des ca niciodată. Aceste deșeuri ajung în gropile de gunoi (practică interzisă în mai multe țări europene din cauza toxicității), sunt incinerate (cu eliminări de metale grele care se acumulează în atmosferă), reciclate (de cele mai multe ori de către copii, fără protecția adecvată) sau exportate.

Deșeurile electrice sunt exportate spre țările în curs de dezvoltare, de multe ori prin încălcarea legilor internaționale și cu implicații dezastruoase asupra sănătății umane și asupra mediului. Această practică nu este însă ilegală, pentru că



unele țări nu au aderat la Convenția de la Basel.

Deși prețurile au scăzut substanțial în ultimele decenii, favorizând accesul progresiv și susținut la aceste utilități, pentru cea mai mare parte a populației mondiale (cca 60%), utilizarea unui calculator personal și a internetului este o utopie. Discrepanța reală dintre bogați și săraci cu privire la accesul la informație este dificil de evaluat. Statisticile arată că, în timp ce 95% din nord-americani și 85% din europeni au acces la internet, doar 36% din populația Africii se poate bucura de această facilitate³⁹. Așadar, revoluția informațională accentuează discrepanțele interne și internaționale dintre săraci și bogați.

Știi că...

- din cauza comerțului liber cu deșeuri periculoase, unii dintre cei mai săraci locuitori ai planetei sunt puși să aleagă între sărăcie și otrăvă, alegere pe care nimeni nu ar trebui să o facă?
- în SUA, între 50 și 80 % din aparatura electrică colectată pentru reciclare este exportată în Asia?
- în California și alte state americane, ca alternativă la exportul de deșeuri electrice către Asia, acestea sunt reciclate în închisori?
- reciclarea deșeurilor electrice în China, India, Pakistan și în alte țări asiatice este foarte poluantă și afectează sănătatea umană? Exemple includ: arderea deschisă a deșeurilor

plastice, expunerea la suduri toxice, scurgerea de acizi în cursurile de apă.

- fabricarea unui calculator necesită 240 de kg de combustibili fosili, 22 de kg de produse chimice și mai mult de 1 500 de litri de apă? Un impact asupra mediului deloc virtual.
- inspecții efectuate în porturi europene în anul 2005 au scos la iveală că 47% din deșeurile pentru export erau ilegale.

Ce poți face tu?

O definiție mai bună a nevoilor

Piața aparatelor multimedia oferă din ce în ce mai multe aparate multifuncționale (de tipul *all in one*) – cum sunt, de exemplu, telefoanele mobile, care permit convorbiri, fotografiari, conectarea la internet și ascultarea de muzică. Toate aceste posibilități sunt exploatate în mod real. De cele mai multe ori avem deja un aparat foto, un cititor MP3 sau acces la internet. Când alegem un nou produs, merită să acordăm atenție tuturor posibilităților de utilizare și să definim care sunt nevoile noastre reale.

Încetinirea ritmului de reînnoire

În domeniul produselor electronice, evoluția tehnologică este prima care face aparatele învechite și împinge consumatorul spre a le schimba. Înlocuirea acestor aparate înainte de a fi nevoie cântărește mult asupra exploatării resurselor și asupra producției de deșeuri dificile de eliminat. De unde, din nou,

³⁹ <https://internetworldstats.com/stats.htm>

importanța de a te întreba cu privire la nevoile reale înaintea fiecărei cumpărături.

Înlocuirea bateriilor și evitarea modului *standby*

Este preferabilă alegerea de echipamente care se alimentează prin priză sau care dispun de baterii reîncărcabile. Durata de viață a bateriilor este mai scurtă decât cea a sistemelor electronice și este indicată informarea cu privire la modurile de utilizare a bateriilor pentru a le prelungi durata de viață. În starea de veghe sau *standby*, consumul aparatelor electrice și electrocasnice reprezintă între 13 și 15% din consumul total de energie a unei gospodării.

102 O a doua viață

Echipamentele multimedia de care nu mai avem nevoie pot servi altor persoane sau organizații. Atunci când cumpărăm un produs nou, este de dorit păstrarea ambalajului, manualului de utilizare și a accesoriilor, pentru a putea fi folosite atunci când dorim să îl reparăm sau să îl donăm. Există asociații care se ocupă de a da o viață nouă acestui tip de echipamente, precum *Ateliere fără Frontiere* din București sau Fundația *Un Coup de Main d'Emmaus* în Iași.

Eliminarea aparatelor electrice și electronice uzate

Aparatele multimedia conțin metale grele, precum plumb, zinc sau arsenic și alte produse toxice care prezintă un

pericol pentru sănătate și pentru mediu, atunci când nu sunt corect depozitate.

Calculatoarele, aparatele foto, telefoanele trebuie să fie returnate în punctele de vânzare sau colectare selectivă dacă există facilități în locul în cauză. Potrivit legii, trebuie să fie preluate gratuit, fără condiții; o taxă anticipată în timpul achiziției finanțează reciclarea lor. Poți solicita informații de la operatorul local de salubritate.

Alegeri mai bune:

Ce tip de suport de schimb? Pentru a transmite date, este mai bine să folosești suporturi reutilizabile, precum un stick USB.

Cititor MP3? Optează pentru descărcarea legală a albumelor de muzică și filmelor în format MP3, pentru a evita fabricarea de CD-uri și transportul acestora.

Ce tip de ecran? Ecranele plate de tipul LCD sau TFT consumă mai puțin decât ecranele cu plasmă sau proiectoarele video, care sunt foarte energivore; cu cât suprafața ecranului este mai mare, cu atât se consumă mai multă energie.

Fără fir?

Din ce în ce mai multe periferice și rețele informatice funcționează fără fir. Legăturile se fac prin frecvențe radio care adaugă radiații în mediul nostru. În plus, este nevoie de baterii pentru ca tastatura sau mouse-ul să funcționeze fără fir.



Ce tip de imprimantă?

Pentru uz domestic, o imprimantă cu jet de cerneală consumă mai puțin decât una laser. Atenție: putem imprima încă multe pagini, chiar dacă semnalul indică faptul că trebuie înlocuit cartușul.

Calculator de birou sau portabil?

Un laptop consumă de la 4 la 13 mai puțină energie decât un calculator, însă bateria acestuia are o durată de viață limitată. Când cumperi un produs electric nou, uită-te după etichetele care indică eficiență energetică (conținutul toxic minim, emisii scăzute, reciclabilitate ușoară).

Află mai multe:

Ghidul Aparatelor Electrice Verzi

<http://www.greenpeace.org/international/en/campaigns/climate-change/cool-it/Campaign-analysis/Guide-to-Greener-Electronics/>

Convenția de la Basel

<http://www.basel.int/>

5.5. Cosmetice și produse de igienă

Industria produselor cosmetice este probabil una dintre cele mai nereglementate industrii din zilele noastre, însă problemele asociate cu aceasta sunt prea puțin dezbătute. La ora actuală, mai mult de 100 000 de substanțe chimice industriale sunt în liberă circulație pe piața europeană.

Producția mondială a substanțelor chimice a crescut de la 1 milion de tone în 1939, la mai mult de 400 de milioane de tone astăzi. O parte importantă din aceste substanțe este încorporată în produse de consum curent în momentul fabricării lor, pentru a le oferi proprietăți funcționale (rezistență la atacurile bacteriene, culoare, miros și alte proprietăți chimice și mecanice).

Cocktail chimic?

Formaldehide, ftalați, solvenți, substanțe organice halogene – exemple de molecule toxice care se găsesc în produsele cosmetice, mai ales în lacuri de unghii, rujuri, deodorante, șampoane, săpunuri și creme hidratante. Aceste substanțe pot favoriza alergiile, perturba sistemul



endocrin și dăuna organelor interne, inclusiv sistemului nervos. Producătorii de cosmetice folosesc chimicale periculoase care nu sunt necesare, cum ar fi toxine persistente care se pot acumula în corpul uman sau în mediul înconjurător cu riscuri foarte mari.

Alte considerente care trebuie avute în vedere de consumatori sunt standardele etice ale marilor corporații, de cele mai multe ori puțin transparente. De exemplu, unele companii uriașe sunt foarte active din punct de vedere politic.

Sănătatea mediului și bună starea animalelor sunt aspecte ignorate de majoritatea producătorilor. În jur de 100 000 de specii de plante sunt amenințate cu dispariția, ca urmare a cererii pentru remedii naturiste și a utilizării lor în fabricarea produselor cosmetice și de igienă. La nivel mondial, biodiversitatea este afectată într-un mod critic, iar țărani și fermierii sunt strămutați forțat. Uleiul de palmier, în particular, determină o fragilizare a pădurilor și a comunităților care se bazează pe resursele forestiere din Indonezia și în alte țări. Nu rareori se poate întâmpla să găsim în produsele cosmetice urme de grăsimi animale precum uleiuri de vizon, de țestoase, de cașalot sau de balenă – animale amenințate cu extincția. Cele mai multe produse cosmetice, mai ales cele mai scumpe, sunt comercializate în ambalaje foarte elaborate, de cele mai multe ori din materiale plastice care nu sunt necesare, greu de reciclat, adăugându-se munților de deșeuri.

Dezinfectante de prisos, precum produsele de igienă corporală cu proprietăți antimicrobiene, sunt foarte populare. Această modă nu este fără consecințe asupra rezistenței bacteriilor la antibiotice, un fenomen care capătă amploare îngrijorătoare; or produsele care conțin dezinfectanți, precum triclozanul, nu sunt mai eficace pentru debarasarea de microbi decât săpunurile tradiționale. Acestea ar trebui să fie rezervate utilizării în scopuri medicale. Obsesia pentru dezinfecție poate avea efecte perverse. Cercetări recente arată că expunerea naturală a copiilor la germeni și la praf le întărește sistemul imunitar și diminuează riscul de alergii și de reacții cutanate.

Știi că...

- ... în jur de 50% din prețul pe care-l dai pentru un parfum este pentru ambalaj și pentru marketing?
- ... un procentaj foarte mare de săpunuri și alte cosmetice conține triclozan și alte componente împotriva germenilor a căror prevalență accentuează creșterea rezistenței bacteriilor?
- ... ftalații, folosiți în lacul de unghii, parfumuri, alte cosmetice și în produse de plastic, determină atrofierea organelor reproductive, reducând fertilitatea?
- ... 40 000 de animale în Europa și milioane la nivel global sunt supuse testărilor chimice în fiecare an?
- ... industria producătoare deampoane este una dintre cele mai poluante din lume, întrucât necesită

o gamă largă de produse și procedee chimice și o cantitate mare de apă? Tampoanele și absorbantele nu pot fi reciclate și se degradează în mai bine de 500 de ani, iar o femeie consumă în medie între 10 000 și 15 000 de tampoane/absorbante de-a lungul vieții;

- ... un săpun de 250 de grame permite la fel de multe utilizări ca patru tuburi de gel de duș de 250 de ml?

Ce poți face tu?

- Nu cumpăra produse care conțin orice substanțe chimice din duzina murdară: antibacterieni, culori provenite din gudron de ulei, dietanolamină, 1,4-Dioxan, formaldehide, parfumuri care conțin ftalați, mercur și plumb, nanoparticule, parabenii (metil-, propil-, butil-, etil-, izobutil-), distilați de petrol, hidrochinonă, p-fenilendiamină (PPD);
- Utilizează produse cu mai puțin de 10 ingrediente; cu cât sunt mai puține ingrediente, cu atât este mai puțin probabil să fii expus/ă la chimicale dăunătoare sau iritante, produse care indică prezența ingredientilor organici, naturali;
- Cumpără produse ale căror etichete menționează că ingredientele nu au fost testate pe animale;
- Oricând este posibil, cumpără cosmetice în ambalaje care pot fi reciclate, sunt biodegradabile sau realizate din materiale reciclate;

- Evită folosirea produselor etichetate ca fiind antibacteriene;
- Folosește antiperspirante de tip roll-on și nu spray-uri, pentru că acestea conțin clorofluorocarburi (CFC) care contribuie la micșorarea stratului de ozon;
- Folosește produse naturale precum piatra de alun, nuci pentru spălat, oțet, bicarbonat, ulei presat la rece;
- Folosește tampoane organice sau absorbante reutilizabile, cupe menstruale; sfătuiește femeile din viața ta să o facă.

Află mai multe:

Ghidul Verde

<http://www.thegreenguide.com/>

Ghidul Cosmotex de la GreenPeace

<http://www.greenpeace.org/belgium/Global/belgium/report/2010/2/guide-cosmetox.pdf>

Lucruri bune de la WorldWatch

http://www.worldwatch.org/system/files/GoodStuffGuide_0.pdf

5.6. Hârtie și produse de birotică

Produsele din hârtie sunt o parte integrantă a vieții noastre de zi cu zi. Privește în jurul tău, în încăperea în care te afli, și observă omniprezența acestor produse: cărți, reviste și ziare, postere și afișe, bancnote și bonuri de plată, ambalaje. Cererea noastră colectivă de hârtie are consecințe serioase: defrișări masive ilegale, dispariția pădurilor virgine, strămutarea indigenilor de pe pământul lor și punerea în pericol a

mijloacelor de subzistență ale generațiilor următoare.

De la inventarea hârtiei de către chinezi în anul 105, secole întregi hârtia a fost fabricată din scoarță de dud, cânepă și, în principal, resturi textile. Abia în secolul al XVIII-lea, un naturalist francez a sugerat fabricarea hârtiei din arbori, pentru ca astăzi, 93% din producția de hârtie să aibă la bază copaci, reprezentând cauza a 20% din despăduririle globale. Fiind o valoroasă resursă naturală, exploatarea lemnului a iscat conflicte armate în țări precum Nicaragua, Filipine, Myanmar. În multe țări aflate în curs de dezvoltare, precum Indonezia și Brazilia, dar și în țări industrializate precum Canada și Finlanda, există conflicte serioase pentru drepturile pentru pământ și exploatarea terenurilor între industria hârtiei și populațiile locale. În cele mai multe cazuri, întregi grupuri etnice sfârșesc în sărăcie. În același timp, sunt pierdute cunoștințele tradiționale ale persoanelor indigene cu privire la o utilizare bine adaptată și conservatoare a naturii. Totodată, distrugerea pădurilor virgine și transformarea acestora în plantații sau păduri artificiale contribuie decisiv la pierderea biodiversității și la schimbările climatice.

Știi că...

- ... în ultimii 40 de ani, consumul mondial de hârtie s-a mărit într-o proporție de 400%? Responsabile de asta sunt, în primul rând, țările industrializate care, având doar 20%

din populația mondială, consumă 87% din producția globală de hârtie pentru printat și scris.

- ... SUA deține numai 5% din populația lumii și consumă 30% din hârtia produsă anuală? Un american consumă în medie 300 de kg de hârtie pe an, în timp ce în țările în curs de dezvoltare consumul mediu este de 18 kg. În România, consumul de hârtie pe cap de locuitor este de 27 de kilograme pe an (jumătate față de media mondială), iar în țările sărace, consumul de hârtie este de 18 kg pe an în medie: 4 kg pentru India, iar pentru 20 de țări africane, cantitatea consumată este mai mică de 1 kg.
- ... industria celulozei și hârtiei este al cincilea sector în ceea ce privește consumul de energie și utilizează cea mai mare cantitate de apă pentru o tonă de producție?

Ce poți face tu?



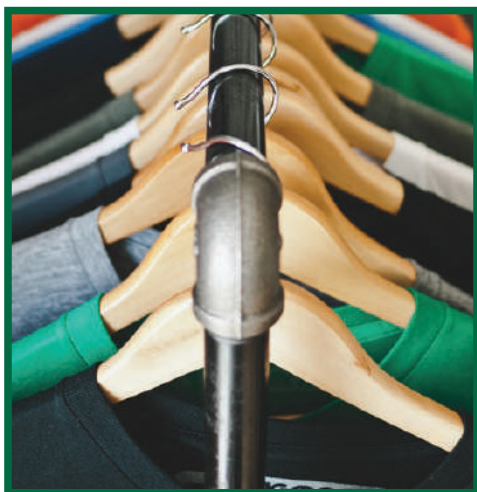
- Refuză poșta publicitară: lipește un mic anunț pe cutia ta poștală cu mesajul de alături – **Nu dorim poșta publicitară**; scrie-ne la contact@maibine.eu și îți oferim noi astfel de stickere pentru tine și pentru prietenii tăi;
- Un procent mai mic de 5% din foile de hârtie sunt listate pe ambele fețe. Printează față-verso, reducând astfel cu aproape 50% consumul tău de hârtie sau, dacă vederea ți-o permite, printează două pagini pe o coală de hârtie;

- Înlocuiește șervețelele de bucătărie cu ștergarele clasice;
- Cumpără produse neambalate sau produse fără ambalaje excesive;
- Cere furnizorilor să-ți transmită facturile doar online evitând astfel consumul a sute de coli de hârtie pe an;
- Cumpără produse de hârtie care poartă certificarea FSC – Forest Stewardship Council – care este cea mai bună garanție pe care o avem pentru o administrare sustenabilă a pădurilor;
- Cumpără hârtie care nu este produsă din arbori, ci din plante precum cânepă, in, bumbac sau reziduuri agricole;
- Folosește hârtie reciclată în proporție de cel puțin 30%.



5.7. Îmbrăcăminte

Hainele pe care le îmbrăcăm definesc stilul nostru personal. Alegem un anumit stil sau brand pentru că ne



reprezintă într-un fel sau altul. De cele mai multe ori însă, principalul considerent luat în seamă este prețul produselor. Când implicațiile etice nu sunt luate în considerare, pare firesc să cumpărăm haine multe și ieftine. Este însă necesar să chibzuim mai bine la costurile ascunse ale produselor pe care le cumpărăm. Înainte de a ajunge pe raftul unui magazin, hainele străbat o lungă cale pe parcursul căreia contribuie la utilizarea intensivă a materiilor prime și a pesticidelor, la încălcarea drepturilor omului în fabrici, la scurgeri toxice în apă a vopselelor chimice, la distrugerea ecosistemelor.

Dacă te uiți pe etichetele articolelor tale de îmbrăcăminte, vei remarca cu siguranță că cele mai multe sunt fabricate în țări din *lumea a treia*, în care muncitorii câștigă mai puțin decât au nevoie pentru a-și asigura un trai decent, se confruntă cu condiții de muncă insalubre și supraaglomerate. În multe regiuni se lucrează mai mult de 100 de ore pe săptămână și formarea de uniuni sau sindicate nu este permisă.

Modul convențional de cultivare a bumbacului, cel mai comun material textil, se bazează pe cantități mari de insecticide, ierbicide și îngrășăminte chimice. Bazate pe petrol, cele mai multe dintre acestea au potențial carcinogen și contribuie substanțial la poluarea apei subterane și oceanelor. Bumbacul este cultura pentru care este utilizată cea mai mare cantitate de pesticide (25% din totalul mondial de

insecticide și 10% din cel al ierbicidelor sunt utilizate în acest sector). Se estimează că mii de fermieri sunt uciși de substanțe agrochimice în fiecare an. Pentru prelucrarea fibrelor sintetice, folosite în special pentru echipamente sportive, apa și substanțele chimice sunt folosite intensiv. Poliesterul și nailonul sunt fabricate din substanțe care au la bază petrolul, printr-un proces intensiv care contribuie la schimbările climatice și despăduriri. Vopselele folosite în această industrie conțin substanțe petrochimice și metale grele carcinogene precum cadmiu, mercur și plumb, care afectează sistemul nervos și creierul.

De multe ori îmbrăcămintea sintetică și de lână este etichetată cu mesajul *Dry Clean Only* (spălare uscată), care implică folosirea solventului industrial percloroetilenă. Acesta este cunoscut drept cauză pentru dureri de cap, greață, amețeli și a fost asociat cu probleme de reproducere, perturbări ale sistemului nervos și posibil carcinogene. În ceea ce privește producerea lânii, oile sunt crescute ca să aibă o blană deosebit de lungă, uneori ajungând până la jumătate din greutatea lor, cu implicații asupra sănătății acestora. Mai mult, savethesheep.com raportează că milioane de oi sunt mutilate în fiecare an.

Știi că...

- ... cânepa, utilizată pentru îmbrăcăminte de 12 000 de ani, conține unele dintre cele mai puternice și netede fibre existente și rezistă la cele mai multe dintre buruieni și insecte dăunătoare?

- ... fiecare tricou organic pe care îl cumperi elimină utilizarea a 150 de grame de substanțe agrochimice?
- ... cultura bumbacului implică un sfert din pesticidele și o zecime din îngrășămintele utilizate la nivel mondial?
- ... că este nevoie de 270 de litri de apă pentru a produce 1 kilogram de fibre?
- ... la începutul anilor 2000, o cincime dintre culturi erau plantate cu varietăți modificate genetic?

Ce poți face tu?

Uită-te cu atenție la etichete și chibzuiește bine

Cumpără produse de calitate, durabile, care vor putea fi utilizate o perioadă mai lungă de timp. În general, câștigăm privilegiind haine de calitate la prețuri mai ridicate. Arată mai bine, pot fi mai confortabile, rezistă la spălare și durează un timp mai îndelungat. În funcție de durata de viață, costul lor se dovedește a nu fi mai ridicat decât cel al hainelor similare ieftine.

Condițiile de muncă: un impact planetar

Scăderea constantă a prețurilor pentru anumite articole, mai ales pentru tricouri și încălțăminte sportivă, se explică prin măsuri de delocalizare introduse de întreprinderile occidentale cu scopul de a rămâne concurențiale. Fabricile se stabilesc în locuri în care mâna de lucru este mai prost plătită, mai ales în Asia și în America Centrală. Cumpără produse



fabricate în România sau cât mai în vecinătatea noastră și evită articolele fabricate în China, Burma, India, Indonezia sau în alte țări unde se știe că sunt încălcate drepturile omului. Evită mărcile despre care se știe că folosesc așa-numitele sweatshop-uri (locuri de muncă cu salarii foarte mici și condiții de muncă austere, sau chiar ilegale, în care deseori sunt exploatați copii).

Bumbacul:

bun pentru piele, nu și pentru planetă

Bumbacul este fibra textilă cea mai vândută din lume. În fiecare an, producătorii – mai ales în China, Statele Unite și India – cultivă mai mult de 26 de milioane de tone, ceea ce antrenează un impact asupra mediului, cu precădere în ceea ce privește poluarea apelor și a solurilor. Pentru cultura bumbacului se folosesc numeroase pesticide, ierbicide și fertilizatori sintetici. Organizația Mondială a Sănătății a clasat mai multe pesticide utilizate frecvent ca fiind extrem de periculoase pentru sistemul nervos al copiilor și pentru faună. Cultura bumbacului implică, de asemenea, folosirea unor cantități mari de apă, ceea ce poate aduce mari catastrofe ecologice. Cea mai cunoscută este secarea dramatică a Mării Aral.

Alegerea materialelor: cu atenție la mediu și la sănătate

Chiar dacă este în creștere considerabilă, bumbacul ecologic nu reprezintă la nivel mondial decât 0,1% din producție, există alte fibre naturale – vegetale (inul

și cânepa) sau animale (lâna și mătasea) – a căror producție are efecte mai mici asupra mediului. Cât despre fibrele sintetice, acestea sunt realizate fie din petrol (nilon, poliester, fibre tehnice), o resursă neregenerabilă, fie obținute prin tratamentul chimic al celulozei (vâscoza). Cea mai mare parte a acestor materiale trece prin tratamente fizico-chimice (spălare, înălbire, vopsire, imprimare etc.), care deseori includ daune asupra mediului, uneori chiar asupra sănătății, întrucât urme de produse (formaldehidă, sodă caustică, metale grele), prezente în hainele finite, pot provoca alergii.

Mâna a doua?

Alegerea de a cumpăra produse la mâna a doua este un mod de a contribui la protecția mediului, întrucât oferim astfel o nouă viață unor articole deja fabricate și deseori în stare foarte bună.

Nu arunca hainele, accesoriile și bijuteriile pe care nu le mai folosești. Sunt zeci de organizații și grupuri de inițiativă care le pot redistribui sau folosi pentru campanii de strângere de fonduri. De exemplu, o poți face în București donând către *Merci Charity Butique*, în Cluj Napoca prin containerele instalate de *Fundația Caritas*, în Iași către *Fundația Un Coup de Main d'Emmaus* sau contactându-ne. De asemenea, poți organiza trocuri cu prietenele sau prietenii tăi sau poți participa la evenimente organizate în orașul tău sau în apropiere care au ca scop vânzarea lucrurilor proprii la prețuri modice, în scopuri

caritabile sau nu; în Iași urmărește evenimentul *Bazar Solidar*, pe care îl organizăm de cel puțin două ori pe an.

Alege produse etice și sustenabile



În ultimii ani au apărut și în România producători care abordează sustenabil această industrie. În Iași și București, inițiative precum atelierele *REDU* și *Upside Down*, respectiv *Ateliere fără Frontiere* transformă deșeurile textile și alte tipuri de deșeuri în haine și accesorii noi.



redu.org.ro



upside-down.ro



atelierefarafrontiere.ro

Află mai multe: Shopping etic

www.nicefuture.com

Avantajele cânepei românești

<http://canepa-romaneasca.ro/advantages.htm>

Forumul pentru Modă Etică

<http://ethicalfashionforum.com/the-issues/fairtrade>

Savethesheep

www.savethesheep.com

Haine curate

www.cleanclothes.org

Revoluția modei

www.fashionrevolution.org



5.8. Jucării și produse pentru copii

În ultimii ani, milioane de jucării au fost retrase de pe piață din cauza nerespectării standardelor referitoare la conținutul de substanțe chimice care afectează sănătatea copiilor, mulți dintre aceștia fiind otrăviți în adevăratul sens al cuvântului.

Jucăriile sunt însă retrase după ce copiii sunt deja afectați, reacțiile pentru protecția copiilor din partea autorităților manifestându-se nu preventiv, ci după ce răul s-a produs deja. Jucăriile aparent inofensive pe care le folosim pentru a ne educa și bucura copiii pot conține elemente ale căror efecte sunt foarte dăunătoare pe termen lung.

Cele mai multe îngrijorări s-au manifestat cu privire la conținutul de plumb, extrem de toxic pentru oameni și animale. Acesta poate cauza probleme de reproducere la bărbații adulți, însă este mai ales periculos pentru copiii mai mici de 6 ani, al căror corp este în etapa dezvoltare. Otrăvirea cu plumb duce la reducerea capacității de învățare, probleme de comportament, creștere încetinită și coeficient de inteligență redus.

În afară de plumb, plasticul făcut din PVC reprezintă, de asemenea, un motiv de îngrijorare. Acesta este utilizat la fabricarea biberoanelor și a jucăriilor de cauciuc (cum sunt răștile de baie). PVC-ul elimină dioxină în timpul fabricării și deseori conține ftalați care fac plasticul moale și pliabil. Aceste substanțe produc tulburări endocrine și

sunt asociate cu probleme astmatice și respiratorii la copii.

Biberoane

Cele mai multe biberoane de plastic sunt fabricate din policarbonat, un plastic rigid care poate afecta sănătatea copiilor prin scurgerea de bisfenol A în timpul încălzirii, expunerii la soluții acide sau după folosire îndelungată. După mai multe dezbateri despre riscurile potențiale ale acestor substanțe în SUA, companiile responsabile vor opri utilizarea policarbonaților. Guvernul canadian încearcă și el să interzică importul sticlelor de acest tip pentru biberoane.

În UE (cel mai mare producător mondial de substanțe chimice), utilizarea acestora în jucării a fost reglementată în 2005, însă mii de substanțe sunt încă utilizate fără a se cunoaște riscurile lor reale. Iar dacă aceste riscuri sunt cunoscute, este nevoie de ani întregi pentru controlul substanțelor. Biberoanele și suzetele sunt fabricate din cauciuc, care poate conține contaminanți cunoscuți sub numele de nitrozamine, ce cauzează cancer în laboratoarele animale. Acestea pot fi înghițite de copii, însă nu este cunoscut riscul real determinat de expunerea copiilor la aceste substanțe.

Laptele praf

Ca viitori părinți, cel mai bun sfat este să amânăm pe cât posibil înțărirea sugarilor. Alăptarea este cea mai bună alternativă, însă de multe ori părinții sunt nevoiți să folosească formule de lapte praf.

Scutece

O medie de 8 milioane de scutece sunt utilizate zilnic și 3 miliarde în fiecare an numai în Anglia. Cele mai multe ajung în gropile de gunoi, unde au nevoie de sute de ani pentru descompunere. Mai mult, fabricarea acestor scutece se realizează prin procedee intensive din punct de vedere energetic, poluante și nu sunt tocmai ieftine.

Ce poți face tu?

Pe cei mai mulți dintre noi, gândul de a avea copii ne face să adoptăm o atitudine critică în privința mediului în care trăim și implicațiilor alegerilor noastre. Pentru că jucăriile ne pot otrăvi copiii, laptele praf îi poate ucide pe cei din țările sărace, biberoanele pot fi toxice și scutecele contribuie substanțial la poluare,



merită să acordăm atenție și să luăm în considerare următoarele sfaturi:

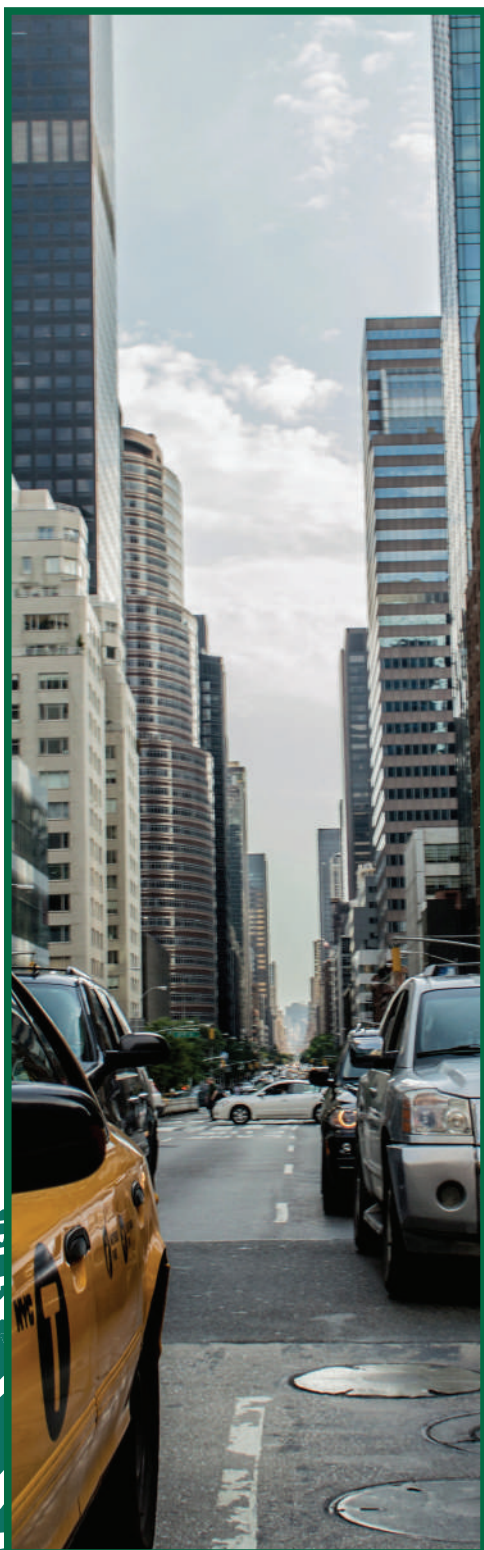
- Dacă vei avea un copil, minimizează expunerea ta la pesticide, vopsele, metale grele și alte toxine care se pot acumula în țesuturi;
- Folosește scutece clasice, reutilizabile, sau scutece biodegradabile;
- Când schimbi un scutec, utilizează săpunuri și detergenți fără parfumuri, alcool sau alte substanțe iritante;
- E bine să înlocuiești biberoanele convenționale de cauciuc cu biberoane de silicon; nu numai că nu conțin nitrozamine care cauzează cancer, ci și rezistă mai mult timp;
- Evită jucăriile ale căror vopsele conțin plumb, PVC sau alte plastici;
- Caută jucării fără ambalaje sau cu ambalaj redus;

- Caută jucării care vor rezista mai mulți ani și nu arunca jucăriile vechi, ci oferă-le unor familii, unor prieteni sau copiilor aflați în dificultate.

Știi că...

- ... în țările bogate, un bebeluș utilizează în medie 5 000 de scutece înainte de a putea folosi toaleta?
- ... americanii aruncă anual 18 miliarde de scutece, acestea reprezentând a treia sursă de deșeuri solide în gropile de gunoi?
- ... descompunerea acestora durează 500 de ani?
- ... unele biberoane și sticle pentru biberoane conțin plastici cu chimicale care afectează sistemul hormonal?
- ... dioxina este cel mai toxic dintre chimicalele asociate cu cancerul și este folosit în procesul de înălbire a scutecelor moderne?





5.9. Mașini?

Atât acasă, cât și peste hotare, călătorim astăzi mai mult ca întotdeauna. În numai 15 ani, numărul de automobile înmatriculate în România a crescut de la 51 000 la 4,4 milioane. Studiile arată că 4 din 5 locuitori europeni văd accidentele și poluarea ca probleme urgente care trebuie să abordeate cât mai curând. În plus, aproape 9 din 10 europeni văd nivelul actual de consum al combustibililor drept cea mai mare problemă legată de transport în orașe.

Dacă *veșnicia s-a născut la sat*, cât de mult am pierdut prin faptul că în România procentul populației urbane este deja mai mare de 55%? Global, se manifestă o urbanizare crescândă, estimându-se că în anul 2010 mai mult de 50% din populația lumii trăia sau lucra într-un oraș. Pe măsură ce ariile urbane se lărgesc, emisiile rezultate din transportul acestora contribuie într-un mod semnificativ la eliminarea spațiilor verzi și biodiversității, la efectul gazelor cu efect de seră, la poluarea aerului, solului, apei sau fonică. Considerentul etic cel mai important asociat cu automobilele sunt schimbările climatice.

Emisiile cauzate de oameni și creșterea nivelului de dioxid de carbon din atmosferă alterează ciclul climatic, determinând temperaturi extreme pe tot globul. Cum mai bine de 50% dintre ieșirile în oraș cu mașina sunt mai scurte de 5 km, acestea ar putea fi

SĂPTĂMÂNA MOBILITĂȚII 16-22 SEPTEMBRIE



realizate prin modalități mai sustenabile, cum ar fi mersul pe jos, transportul public sau bicicleta. Prin renunțarea la mașină pentru numai câteva călătorii pe lună, ambuteiajele, poluarea aerului și consumul de energie pe cap de locuitor ar fi reduse substanțial.

114

În ciuda multitudinii de probleme atât de vizibile cauzate de dependența de mașini, transportul public și celelalte modalități de transport alternative utilizării mașinii personale sunt neglijate de către cetățeni. Studii recente arată că aceste bariere sunt adeseori psihologice și asociate cu clișee care nu corespund întotdeauna realității.

De exemplu, în România, bicicletele, în loc să asociaze cu o mobilitate mai sănătoasă și mai ecologică, sunt utilizate în cea mai mare parte de copii, de sportivi și de persoane care nu-și permit un automobil. Mașinile electrice sunt cele mai verzi automobile pe patru roți. Lipsa popularității lor are drept cauze viteza scăzută, dependența de prizele pentru reîncărcare, prețul aparent scump

(un considerent nefondat, întrucât mașinile electrice sunt și cele mai economice), dar mai ales efortului magnaților petrolului și al marilor producători de automobile de a împiedica apariția unui automobil 100% ecologic și nepoluant care ar duce la pierderi de miliarde de dolari.

Știi că...

- ... mașina obișnuită produce într-un an 3 tone de dioxid de carbon, care se evaporă în atmosferă?
- ... în trafic greoi, nivelul de poluare este de 2-3 ori mai mare în interiorul mașinii decât în afara ei?
- ... dacă automobilele ar utiliza numai biocombustibili, producerea acestora ar necesita 90% din terenul arabil disponibil pe planetă?
- ... motoarele semielectrice ale mașinilor hibride sunt de două ori mai eficiente decât motoarele mașinilor convenționale?
- ... 24% din timpul acordat condusului în UE este petrecut în blocaje rutiere?

Ce poți face tu?

- Cumpără o mașină eficientă din punct de vedere al consumului de combustibil. Mașinile mici consumă și poluează mai puțin. Consumul poate varia până la 45%. Ghidul Cumpărătorilor de Mașini de la ETA⁴⁰ te poate ajuta în evaluarea mașinilor;
- Evită accelerarea inutilă și exagerată; accelerarea și frânarea făcute fără brutalitate sunt acțiuni ecologice, o singură demarare în forță irosind 17 mililitri de benzină;
- Nu transporta lucruri de care nu ai nevoie; prin eliminarea a zece kilograme de încărcătură se economisesc 15 mililitri de combustibil la fiecare 50 kilometri; portbagajul montat pe plafon mărește forța de frecare, care duce la un consum de combustibil mai mare cu 5 până la 40%;
- Respectă viteza economică. Conducând cu 110 km/h în loc de 80 km/h, poți consuma cu până la 25% mai multă benzină. Controlează viteza: viteza cea mai poluantă este

cea sub 25 km/h; creșterea vitezei până la 90 de km/h reduce poluarea, iar depășirea acestei viteze mărește din nou consumul. Închide geamurile; geamurile deschise la mașină cresc cu 5% consumul de combustibil;

- Motorul mașinii să fie oprit dacă vehiculul oprește într-un loc mai mult de două minute.
- Testează periodic motorul;
- Evită funcționarea îndelungată la ralanti și la regim de putere maxim.

Milioane de automobile în România și pretutindeni circulă cu banchetele goale. Inițiativele www.ecodrum.ro, www.autostoponline.ro, www.blablacar.ro și www.cumasina.net sunt exemple de platforme de consum colaborativ din România pentru transportul cu mașina.

Cine a distrus mașina electrică?

<http://www.filmedocumentare.com/cine-a-omorat-masina-electrica/>

Sfârșitul petrolului

<http://the-end-of-oil.com/>

Ghidul cumpărătorului de mașini

<http://www.greencars.org/>

⁴⁰ www.eta.co.uk/trust/car-buyers-guide



6. Reducerea generării de deșeuri

Nu există reciclare gratuită la fel cum nu există industrie fără deșeuri.

NICHOLAS GEORGESCU-ROEGEN, 1979

Decuplarea legăturii dintre creșterea economică și impactul său asupra mediului constituie o provocare majoră pentru economiile în creștere rapidă în care a fost pierdută noțiunea de limite. Consumăm în prezent resurse naturale cu 20% mai mult decât cantitatea pe care pământul o poate produce în mod sustenabil. Rata de consum din ce în ce mai mare și mai rapidă presupune, totodată, o cantitate de deșeuri din ce în ce mai mare.

117

Gospodăriile din România produc o cantitate de 8 500 000 de tone de deșeuri menajere anual, echivalentul a mai mult de 400 de kg de deșeuri pe cap de locuitor. Aruncăm în fiecare zi cel puțin 1 kg de deșeuri menajere la care se adaugă mai bine de 9 kg de deșeuri industriale care au fost generate pentru producerea bunurilor consumate. În UE, media cantității de deșeuri generate pe cap de locuitor a fost de 524 kg. În România se reciclează procentul infim de 1% din deșeuri, față de media de 23% la nivelul UE și, în timp ce media deșeurilor compostate în uniune

este de 17%⁴¹, compostarea este o practică absentă și necunoscută în rândul populației.

Natura plătește factura

Dacă în general ne facem griji cu privire la felul în care ne sunt afectate portofelele de obiceiurile noastre de consum, puțini dintre noi iau în considerare impactul asupra mediului. Ceea ce nu realizăm este că, înainte de a ajunge la coș, gunoiul a fost un produs care a fost conceput, fabricat, ambalat, transportat, distribuit, vândut și consumat. Fiecare etapă implică utilizarea de materii

⁴¹ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/8-19032010-AP/EN/8-19032010-AP-EN.PDF

prime, de energie, apă și... generarea de alte deșeuri.

Pe măsură ce resursele se epuizează, planeta fierbe sub munți de deșeuri. Optzeci și cinci la sută din emisiile de gaze cu efect de seră, principalele responsabile de încălzirea globală, sunt determinate de bunurile de consum care ajung peste noapte la coșurile de gunoi. Apă, sol, aer, biodiversitate, resurse naturale... planeta întregă este amenințată.

CIFRE

- Este nevoie de:
 - 5 litri de apă pentru a produce un litru de băutură răcoritoare
 - 30 de litri de apă pentru 1 kg de hârtie
 - 15 000 de litri pentru 1 kg de carne de vită!!!
 - 32 de kg de materii prime și 8 000 de litri de apă pentru producerea unor blugi de 600 g
 - Generarea a 75 de kg de deșeuri pentru producerea unui mobil de 80 g

118

6.1. Gesturi minore cu implicații majore

De la producție proprie la alegerea de produse fără ambalaje sau produse vrac, la compostarea, reutilizarea și reciclarea creativă a unor deșeuri, în rândul consumatorilor critici se încearcă eliminarea noțiunii de deșeuri și de risipă, acțiune ce ar putea fi tradusă fie prin a nu produce sau a nu cumpăra produse care pot deveni deșeuri, fie prin a transforma

deșeurile în resurse. Acest tip de consumatori nu doar aleg să consume bunuri sustenabile și critică consumul ostentativ, ci se și implică în acțiuni de reclamare a spațiului public prin diverse acte de nesupunere civică dintre care cele mai comune sunt cele împotriva panourilor publicitare urbane. Mulți dintre ei boicotează anumiți producători, în special corporațiile multinaționale. Pentru sănătatea mediului, cât și pentru cea umană, mai importantă este prevenirea decât vindecarea, deci reducerea drastică a volumului de deșeuri. Colectarea selectivă și reciclarea sunt importante, însă reducerea consumului prin adoptarea unor practici de consum responsabile este cea mai bună măsură. Din anul 2008, textul de referință european impune statelor membre elaborarea unor programe naționale de prevenire. Aceste obligații sunt transpuse în noua lege a deșeurilor din România (legea 211/2011), însă Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor nu le-a concretizat, strategia de gestiune a deșeurilor propusă în anul 2012 abordând superficial măsurile de prevenire. Prin urmare, până când industria, instituțiile și administrațiile publice locale vor fi constrânse pentru adoptarea măsurilor corespunzătoare, membrii societății civile sunt actorii care pot determina schimbarea, dând tonul și inspirând în direcția reducerii consumului și prevenirii generării de deșeuri. Aceste soluții benefice pentru mediu sunt de cele mai multe ori simple, ludice, economice și fac bine și sănătății noastre.

Alege produsele durabile: atât pentru reducerea consumului de resurse naturale sau pentru prevenirea generării de deșeuri, cât și pentru buzunarele tale, optează pentru calitate și viabilitate.

Plătește produsul, nu ambalajul: în ultimele trei decenii, volumul deșeurilor de ambalaje s-a mărit de cinci ori, reprezentând mai bine de o treime din conținutul gropilor de gunoi; cumpără produse neambalate, cu un ambalaj puțin consistent sau realizat din materiale reutilizate, reutilizabile, naturale sau ușor biodegradabile; consumul de apă de la robinet reduce la 0 deșeurile de ambalaje și cheltuielile (dacă nu ai încredere în calitatea apei, fă o analiză chimică sau cumpără o carafă de filtrare ale cărei costuri le vei amortiza în mai puțin de două luni).

Cumpără produse fabricate cu un consum redus de energie: fie că este vorba de haine, accesorii, decorațiuni, birotică, mobilă etc., această alegere implică sprijinul reducerii generării de deșeuri în procesul de producție. De asemenea, proiectul REDU realizează haine și accesorii din materiale textile recuperate.

www.redu.org.ro



Dă o nouă viață produselor tale: donează, repară, redecorează, recondiționează, schimbă sau vinde produsele care pentru tine nu mai prezintă o utilitate practică sau estetică. De exemplu:

- articolele de îmbrăcăminte sau accesoriiile pe care nu le mai porți pot fi pe placul altora, ține cont de această posibilitate înainte de a le arunca; poți organiza un talcioc cu prietenii sau un bazar solidar (contactează-ne la contact@maibine.eu și solicită-ne un ghid de organizare de astfel de evenimente);
- echipamentele electronice sau electrocasnice, la fel ca alte produse, pot fi vândute pe diferitele platforme online sau donate. De exemplu, platforma www.lucrurigratis.ro a fost dezvoltată în acest scop;
- poți dona calculatoarele vechi asociației Ateliere fără Frontiere, care le recondiționează și apoi le oferă prin proiectul www.assoclic.ro structurilor din România, care dezvoltă programe de acces la educație, formare și integrare a persoanelor defavorizate.

Ține cont de alternative: produse reutilizabile (tacâmuri de inox/porțelan versus plastic), reciclabile integral (sticlă și metal) sau reîncărcabile (acumulatori) sunt opțiuni de cumpărături responsabile. Spune NU sacoșelor de plastic oferite în magazine și orientează-te către cele din pânză care sunt mult mai rezistente. Vei reduce astfel numărul de sacoșe de plastic dăunătoare mediului.

6.2. Colectarea selectivă și reciclarea

Deși este practica pe care se insistă în general cel mai mult și în care s-au făcut progrese în ultimii ani la nivelul UE, cei mai mulți ignoră sau uită faptul că reciclarea este a treia etapă în ierarhia gestionării deșeurilor și că reducerea consumului și reutilizarea sunt prioritare acesteia. Colectarea selectivă și reciclarea sunt importante în gestionarea deșeurilor, întrucât permit reprocesarea anumitor materiale sau produse pentru crearea altora, fără a apela la materii prime noi, reducând astfel consumul de energie necesar extragerii materiilor prime, salvând importante resurse naturale și reducând nivelul emisiilor nocive în aer, apă sau sol. Ca reprezentanți ai comunității, avem puterea și obligația de a influența procesul de colectare și reciclare al deșeurilor pe care le generăm, deșeurile menajere. Soluția este la îndemâna noastră și constă în depozitarea selectivă a deșeurilor, în vederea reciclării lor. O mare parte dintre deșeurile pe care le producem nu sunt gunoaie de aruncat, ci o adevărată resursă secundară de materii prime și de materiale refolosibile.

Află mai multe:



www.zerowasteurope.eu



www.zerowasteromania.org

CIFRE

Perioada în care un deșeu se descompune sau devine biodegradabil depinde de materialul din care este confecționat.

Așadar, durata de biodegradare naturală a diferitelor categorii de deșeuri se prezintă astfel:

- Deșeu de hârtie: 3 luni;
 - Ziare: 3–12 luni;
 - Chibrituri: 6 luni;
- Filtru de țigară: 1–2 ani;
- Guma de mestecat: 5 ani;
- Cutii de aluminiu: 10–100 ani;
- Sticle din plastic: 100–1000 ani;
- Pungi din plastic: 100–1000 de ani;
 - Cărți de credit: 1000 ani;
- Recipiente din sticlă: 4000 ani.

Risipa alimentară

Un procentaj de 3% din emisiile de gaze cu efect de seră generate în Uniunea Europeană apar din cauza metanului eliberat prin descompunerea deșeurilor biodegradabile din gropile de gunoi. Deșeurile organice reprezintă o fracțiune majoră a deșeurilor menajere (cel puțin 50%) și sunt reprezentate de resturile de



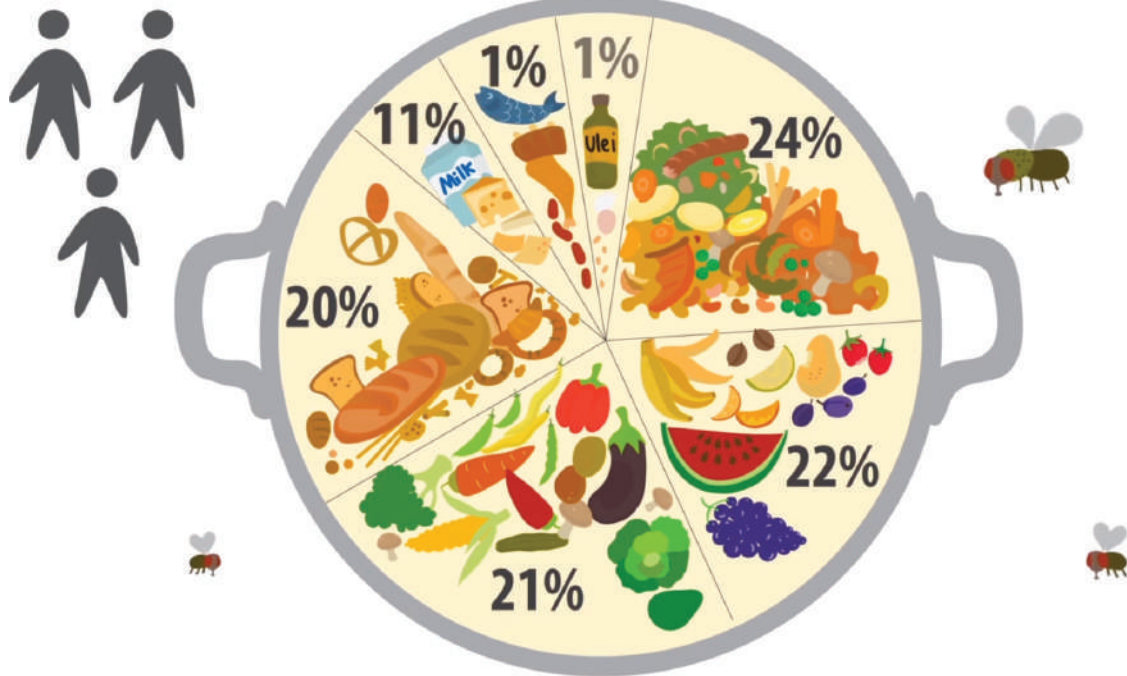


alimente (de natură vegetală sau animală). Acestea pot fi compostate, rezultând producerea de compost, care este utilizat ca îngrășământ ecologic în agricultură. Deșeurile organice pot fi și fermentate, rezultând producerea de biogaz, pentru încălzire.

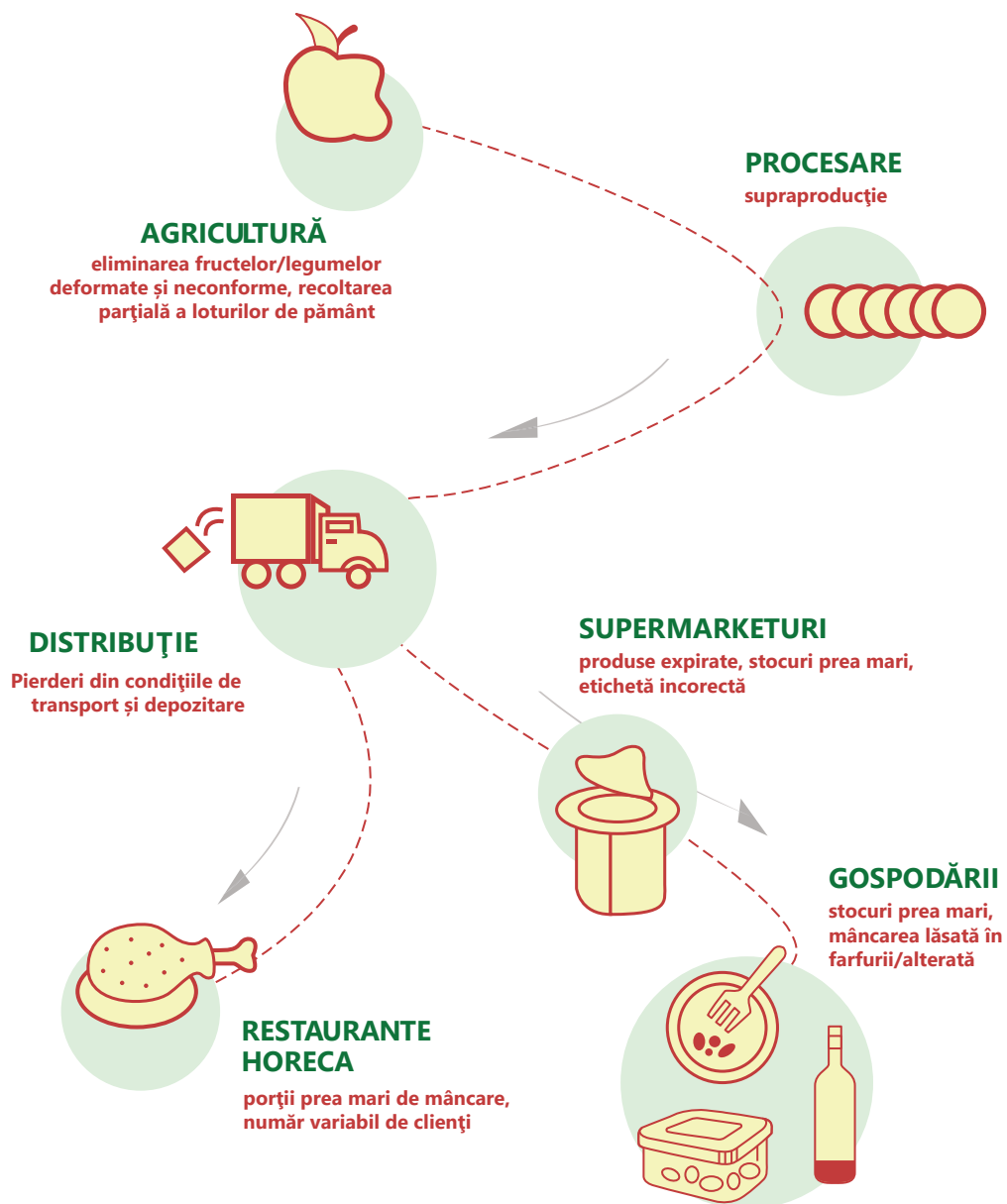


CE CATEGORII DE ALIMENTE RISIPIM?

122



PRINCIPALELE CAUZE ALE RISIPEI



CIFRE

- în Italia, 15% din carnea și 10% din pâinea cumpărate ajung la gunoi, ceea ce reprezintă în cazul pâinii 1400 de tone pe zi și 5 milioane de tone pe an;
- în Marea Britanie, o treime din hrana produsă, distribuită și cumpărată, ajunge direct la coșurile de gunoi.



Dacă nu este colectat selectiv la sursă (înainte de a ajunge la depozitul de deșuri), odată intrat în procesul de descompunere acest tip de deșuri produce metan (gaz care contribuie considerabil la efectul de seră) și duce la alterarea celorlalte deșuri, făcând astfel mult mai dificilă recuperarea și reutilizarea acestora.

124

CIFRE

- o treime din toate produsele din România ajung la coșul de gunoi sau sunt irosite inutil, anual; această cantitate corespunde la circa 2,55 milioane de tone de produse alimentare, ceea ce corespunde încărcăturii a 127 500 de tiruri aliniate în coloană din București până în München/o cantitate care ar putea hrăni orașul Cluj Napoca timp de 20 de ani;
- fiecare dintre noi irosește singur în gospodărie în medie 353 g hrană pe zi;
- circa 50% din toată risipa alimentară o produc consumatorii individuali din orașe;
- în România, cheltuim pe hrană ca un camerunez (45% din venituri), dar risipim alimentele ca un elvețian (33%-50%); suntem pe locul 9 în UE, făcând parte din categoria țărilor risipitoare.

Sursa: www.Foodwaste.ro și <https://foodwastecombat.com/>

Ce poți face tu?

- cumpărăturile vrac permit achiziționarea cantității dorite și evitarea irosirii;
- alimentele vegetale puțin alterate pot fi folosite pentru compoturi, sucuri naturale, tartine, sosuri sau în zeci de alte modalități de a o feri alimentelor o nouă întrebuințare;
- oricât am preveni generarea de resturi alimentare, nu putem evita în totalitate producerea de deșuri organice. Compostarea este soluția utilizării sustenabile a acestora (vezi pagina 135). De asemenea, deșeurile organice se colectează selectiv în containerele de culoare maro.

Află mai multe despre risipa alimentară din România și despre cum o poți preveni:



<http://foodwaste.ro>

www.foodwastecombat.com



<http://jcicluj.ro>

Deșeurile de hârtie

Deși concepute ca suport pentru comunicare, jumătate din produsele de hârtie și carton servesc astăzi unui alt scop: ambalarea. În jur de 40% din deșeurile municipale solide sunt reprezentate de ambalaje. În plus, industria de fabricare și prelucrare a hârtiei este foarte poluantă. Hârtia convențională este albită cu clor și derivați ai clorului prin procedee care emit dioxină, produs chimic cu o





toxicitate înaltă care pătrunde în lanțul trofic. Dioxinele sunt substanțe care interferează cu semnalele hormonale naturale ale corpului, afectând re-producerea și dezvoltarea timpurie a copiilor.

Ce se reciclează: ziare, reviste, broșuri publicitare, printuri, caiete, cutii de carton, role de hârtie, cutii alimentare de carton, cofraje de ouă etc.

Atenție: șervețelele folosite, hârtia igienică, deșeurile cu urme de ulei, resturi de mâncare sau substanțe toxice nu se reciclează.

Avantajele ecologice și economice ale reciclării nu sunt deloc neglijabile: o fabrică ce produce hârtie utilizând fibre de celuloză reciclate va folosi cu 50%

CIFRE

- industria celulozei și a hârtiei este al cincilea sector în ceea ce privește consumul de energie și utilizează cea mai mare cantitate de apă pentru tona de producție;
- fiecare tonă de hârtie reciclată poate salva 20 de copaci, 1 700 de litri de combustibil, 3 metri cubi de deșeuri și 32 000 de litri de apă;
- fiecare tonă de deșeuri de hârtie permite obținerea a 900 de kilograme de hârtie reciclată; aceleași fibre pot fi reutilizate de 5 ori;
- fabricarea hârtiei din hârtie reciclată are nevoie de 64% mai puțină energie și 58% mai puțină apă și determină o poluare a aerului mai mică cu 74% și a apei cu 35%.

mai puțină energie decât o fabrică ce utilizează fibra nouă. Dacă se reciclează o tonă de hârtie, atunci se economisesc aproximativ 3 000 de litri de apă și se reduc cu 95% emisiile de carbon. Cel mai important aspect este reprezentat de faptul că se salvează 15-17 arbori, aproape 2,5 barili de petrol și se reduc în proporție de 95% emisiile de CO₂.

Poți oferi spre reciclare deșeurile de hârtie depozitându-le în containerele albastre.

Deșeurile de plastic

Plasticul și derivații săi au devenit indispensabili vieții noastre. Majoritatea ambalajelor și a obiectelor utilizate frecvent, inclusiv îmbrăcămintea, sunt fabricate din fibre de plastic. Acest material provine din prelucrarea celei mai valoroase resurse a Pământului – petrolul.

Producția de plastic utilizează aproximativ 8% din producția de petrol. Procentual pare puțin, însă cantitatea de petrol utilizată este foarte mare. Perioada de descompunere în mediul natural durează sute de ani și, în plus, cu cât fragmentele sunt mai mici, cu atât devine mai periculos pentru animale și oameni, iar în timpul descompunerii se degajează dioxina, o substanță foarte periculoasă. Arderea acestora nu este o soluție viabilă, pentru că substanțele emise produc boli de ficat, rinichi și diferite tipuri de cancer. De asemenea, cenușa rezultată afectează sistemul respirator, iar ajunsă la nivelul norilor,



ea contribuie la apariția ploilor acide. Reciclarea unei tone de material plastic, în funcție de compoziția sa, economisește între 700 de kilograme și 1,8 tone de petrol brut.

Ce se reciclează: recipiente din plastic pentru băuturi (PET) și cele ale produselor lactate, recipientele produselor cosmetice și ale detergenților, caserole de plastic, veselă de plastic și pungă de plastic necontaminate de resturi menajere, ambalaje din plastic, recipiente din plastic pentru alimente etc.

Nu sunt reciclabile: sacoșele de la supermarket, pungile pentru congelator, foliile de plastic contaminate de resturi menajere, ambalajele care conțin grăsimi sau murdare.

De știut: este important să turtim recipientele din plastic pentru a reduce spațiul ocupat de acestea în containerele galbene.

Deșeurile de sticlă

Ca și aluminiul, sticla este un deșeu ce poate fi reciclat la infinit fără să își piardă din proprietăți. Pentru fabricarea sticlei se utilizează nisip, sod, feldspat și o temperatură de aproximativ 1500°C.

Pentru a se degrada în mod natural acest deșeu are nevoie de mai bine de 1 000 de ani. În mod normal, sticla este periculoasă numai dacă este spartă, cioburile fiind cu atât mai periculoase cu cât sunt mai mici. Un alt avantaj este reducerea dioxidului de carbon degajat.

De exemplu, dacă reciclăm 1 kg de deșeurile de sticlă, atmosfera va fi cruțată de 300 g de CO₂. Bineînțeles, prin reciclarea sticlei se economisesc și materiile prime necesare fabricării acesteia. Înlocuirea, în cuptor de sticlă, a 10% din materia primă, cu sticla recuperată, economisește 2,5% din energia necesară topirii. Altfel spus, o tonă de sticlă reciclată și retopită evită emisia a 500 kg de CO₂ și permite economisirea a 1,2 tone de materie primă.

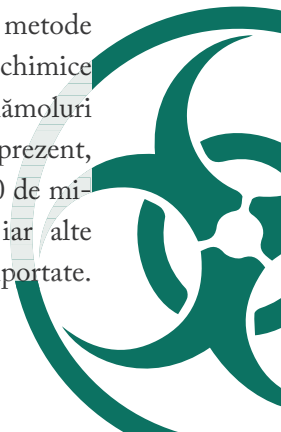
Deșeurile de sticlă se colectează selectiv în containerele verzi după ce am îndepărtat dopurile și le-am clătit puțin.

Atenție:

- Obiectele din porțelan, ceramică și veselă din sticlă nu intră în această categorie;
- Becurile, neoelele intră în categoria „deșeurile de echipamente electrice și electrocasnice“ (vezi secțiunea dedicată DEEE-urilor).

Deșeurile de metal: oțel și aluminiu

Industria mineritului generează cantități enorme de deșeurile periculoase. Pentru fabricarea oțelului se folosește minereu de fier, iar pentru aluminiu – bauxita. Aceste minereuri se obțin prin metode foarte distructive, iar procesele chimice la care sunt supuse produc nămoluri caustice, deosebit de toxice. În prezent, în România se produc anual 350 de milioane de doze de aluminiu, iar alte 100 de milioane sunt importate.





Aluminiul este 100% reciclabil. Deși oțelul și aluminiul se pot recicla ori de câte ori dorim, din această cantitate, în România, se reciclează doar 3%, aproximativ 10 000 de tone de aluminiu de înaltă puritate ajungând la depozitele de deșeuri. În alte țări europene se reciclează anual undeva între 40% și 70% din dozele existente pe piață, fruntașe în acest domeniu fiind Elveția, Flandra și țările scandinave.

Avantaje ecologice și economice:

- prin reutilizarea unei tone de oțel putem economisi: 1-1,5 tone de minereuri de fier, aproximativ 0,5 tone de cocs și aproximativ 1,28 tone de deșeuri solide;
- se reduc cu 86% emisiile de gaze și cu 75% poluarea apei;
- aluminiul reciclat este foarte economic: este nevoie de aproape de două ori mai puțină energie pentru obținerea acestuia.

Deșeurile periculoase

În categoria deșeurilor periculoase, care sunt folosite în mod obișnuit în uzul casnic, intră atât deșeurile de baterii și acumulatori portabili și DEEE-urile, cât și medicamentele expirate sau neexpirate, uleiul alimentar uzat, doze spray, recipiente sub presiune, agenți de spălare și de curățare și recipientele acestora și altele. Pentru a afla dacă un deșeu este periculos (inflamabil, toxic, coroziv) verificați simbolul prevăzut pe ambalaj.

Deșeurile periculoase, deși reprezintă doar aproximativ 1% din toate deșeurile generate în Europa, au cel mai mare potențial impact negativ asupra mediului și asupra populației. Deșeurile periculoase fac obiectul unor reglementări speciale în general, mai puțin cele provenite din gospodării care nu sunt abordate corespunzător de legislația europeană sau de cea națională. În această categorie intră bateriile, medicamentele, spray-urile, vopselele, diluanții, agenții de curățare, precum și ambalajele substanțelor periculoase.

Reducerea consumului este necesară mai ales pentru aceste categorii de produse, atât ca urmare a gradului ridicat de toxicitate, cât și pentru dificultatea colectării selective în prezent a deșeurilor de acest tip.

Deșeurile de baterii și acumulatori portabili

Dintre deșeurile menajere obișnuite aruncate necontrolat, bateriile și acumulatorii portabili sunt cele mai poluante. Conform datelor Ministerului Mediului și al Dezvoltării Durabile, 40 de milioane de baterii portabile vândute anual în România ajung în depozitele de deșeuri. Aici, metalele grele (mercur, nichel, plumb, cadmiu, litiu) se scurg în sol și ajung în pânza freatică. Ele distrug vegetația din zonă și atacă sănătatea oamenilor. Aceste metale pot provoca alergii, sterilitate, pierderi de memorie, boli de inimă, cancer. De exemplu, mercurul conținut

într-o baterie de ceas poate polua 500 de litri de apă sau un metru pătrat de sol pe o perioadă de 50 de ani.

În această categorie intră bateriile și acumulatorii etanși pe care o persoană obișnuită îi poate transporta fără dificultate și care nu sunt nici baterii sau acumulatori auto, nici baterii sau acumulatori industriali, ci includ bateriile cu o singură celulă și bateriile și acumulatorii folosiți de consumatori în telefoanele mobile, calculatoarele portabile, uneltele electrice fără fir, jucăriile și aparatele de uz casnic, cum ar fi periutele de dinți electrice, aparatele de ras și aspiratoarele portabile, precum și orice baterie sau acumulator pe care consumatorii îl pot folosi în aplicații domestice obișnuite.

Pentru reducerea volumului acestui tip de deșeuri, folosește bateriile reîncărcabile (acumulatori): cu o durată de viață de aproximativ 5 ani și o capacitate de reîncărcare de până la 1 000 de ori, au un impact de 32 de ori mai mic asupra mediului.

CIFRE

- Producția unei baterii necesită de aproape 50 de ori mai multă energie decât cea pe care o va produce;
- 1 gram de mercur este suficient pentru contaminarea a 400 de litri de apă;
- La scară europeană, înlocuirea bateriilor cu acumulatori reîncărcabili ar permite evitarea a 99 000 de tone de deșeuri anual.

Deșeurile de echipamente electrice și electronice (DEEE-urile)

Cuvântul „deșeuri“ deja ne poate duce cu gândul la lucruri stricate, uzate, care nu ne mai sunt de folos, însă o mare parte din componența unui DEEE poate fi refolosită. Spre exemplu, 99% din componentele unui telefon mobil vechi pot fi reciclate. Cele mai multe DEEE-uri, din păcate, ajung la groapa de gunoi și nu la un centru de colectare și reciclare a acestor echipamente din mai multe cauze: lipsa de informare, lipsa de promovare a unor astfel de centre de colectare, lipsa educației orientate spre reciclare, dezinteresul etc.

Află mai multe:

Sistemul Național de Reciclare a Bateriilor

www.snrb.ro



Asociația Ecotic

www.ecotic.ro



DEEE-urile conțin substanțe care, odată ajunse în natură, se acumulează în lanțul trofic, cu efecte negative asupra sănătății omului. Plumbul, mercurul, cadmiul sunt câteva dintre metalele pe care le conțin aceste echipamente, care trebuie neutralizate și reciclate în condiții speciale, pentru a nu reprezenta un pericol pentru natură și om. Și nu e vorba doar de metale grele, ci și de restul de materiale din care sunt compuse și care pot fi reciclate (spre exemplu: plastic, aluminiu etc.).



Conform Ecotic⁴², la nivel național există 400 de containere pentru colectarea DEEE-urilor. La aceste centre de colectare se pot aduce de la becuri și telefoane la monitoare PC, frigidere, aragaze etc. De asemenea, în general poți contacta operatorul de salubritate din localitate pentru a ridica de la domiciliu deșeurile de echipamente electronice și electrice mari, gratuit.

Deșeurile de ulei alimentar uzat

Uleiul alimentar uzat este foarte toxic pentru mediu dacă nu este depozitat într-un mod corespunzător. Un litru de ulei alimentar uzat aruncat în chiuvetă poate contamina până 1 000 de litri de apă potabilă ori o suprafață de zeci de metri pătrați, acesta putând să pătrundă în pânza freatică.

Soluția ar fi depozitarea acestuia într-un recipient resigilabil, după care să fie dus la un centru de colectare.



În Iași și București, Asociația Social Trading Urban Place (S.T.U.P.) colectează

uleiurile și grăsimile alimentare uzate prin proiectul Uleiosul.

<http://uleiosul.com>

Cartușe uzate

Cartușele de imprimantă, foarte utile în timpul folosirii, devin un deșeu dăunător pentru organismul uman după ce sunt

consumate. Ele conțin substanțe nocive precum: toner praf rezidual, materiale plastice, diverse metale și altele. Multe dintre aceste materiale sunt nedegradabile sau greu degradabile, poluante și toxice, provocând boli grave prin depunerea în organismul uman.

Cartușele goale sunt considerate DEEE-uri în cazul în care sunt predate cu un echipament uzat. Așadar,

CIFRE

- în fiecare an, pe planeta noastră se produc și sunt consumate peste un miliard de cartușe;
- perioada de descompunere a unui cartuș folosit este de peste 1 000 de ani, iar arderea lui poluează câteva mii de metri cubi de aer și contribuie la încălzirea globală a planetei prin creșterea emisiilor de dioxid de carbon și distrugerea stratului de ozon;
- în fiecare an, în România se aruncă la gunoi în medie 5-6 milioane de cartușe de imprimantă care reprezintă peste 50 de mii de metri cubi de deșeuri (1 000 TIR-uri), sau 5 mii de tone de plastic și componente electronice. Înșirate cartuș lângă cartuș, acestea acoperă distanța dintre Vama Bors și Vama Veche.
- pentru producerea acestei cantități de cartușe noi, este nevoie de peste 2 milioane de litri de petrol pe an;
 - într-o mie de ani (până la descompunerea primului cartuș), în România s-ar aduna (dacă nu se separă, colectează, reutilizează, valorifică sau elimină) peste 50 de milioane de metri cubi de cartușe, suficiente să acopere întreaga suprafață a unui județ.

⁴² www.ecotic.ro

contactați un operator autorizat pentru a prelua cartușele goale sau uzate:

www.cartusegoale.ro.

Folosește tonnere cu capacitate de reîncărcare cât mai mare; tușul conține de asemenea metale grele, precum și solvenți și pigmenți periculoși pentru sănătatea umană; anumite reglaje tehnice foarte simple permit utilizarea unei cantități mai mici de cerneală, imprimând, de exemplu, în mod economic sau optând pentru fonturi precum Century Gothic sau Times New Roman, mai degrabă decât Arial sau Tahoma. Un font eco a fost conceput pentru economisirea cernelei și poate fi descărcat de la www.ecofont.com.

134 **Medicamente expirate**

În prezent, în România, medicamentele expirate reprezintă un grup de deșeuri care nu sunt reglementate în vederea protecției mediului și a sănătății umane. La nivel european, o practică obișnuită este colectarea medicamentelor expirate de către farmacii. În cazul în care acestea nu sunt acceptate de către farmacii, le puteți depozita în pungi sigilate și etichetate, iar apoi predate unei societăți autorizate pentru incinerare la temperaturi mari.

6.3. Colectarea selectivă în instituțiile publice

Pe lângă obligațiile pe care le au cetățenii, instituțiile publice au clar

reglementate obligațiile privind colectarea selectivă a deșeurilor generate.

Astfel, prin Legea 132/2010, privind colectarea selectivă a deșeurilor în instituțiile publice, orice instituție publică are obligația de a colecta selectiv deșeurile de hârtie și carton, de metal și plastic, respectiv cele de sticlă, fie în mod direct de către un reprezentant numit în cadrul respectivei instituții, fie prin delegarea acestei responsabilități către terți, anume societăți comerciale și/sau organizații neguvernamentale nonprofit.

Nerespectarea prevederilor menționate în Legea 132/2010 duc la aplicarea unor amenzi cu sume cuprinse între 500 și 10 000 de lei, în funcție de abatere. Autoritatea competentă pentru verificarea respectării normelor legislative și aplicarea de amenzi, în cazul constatării încălcării acestora, este Garda Națională de Mediu.

- În cazul în care constăți faptul că instituțiile publice nu îți oferă posibilitatea de a depozita deșeurile de hârtie și carton, de plastic și metal, respectiv de sticlă, în recipiente special amenajate, poți să semnalizezi acest lucru la Garda Națională de Mediu, la telefonul verde **0801 01 01 01** (apel gratuit la nivel național).
- De asemenea, poți să te adresezi instituțiilor publice printr-o cerere prin care să îți manifesti dorința de a fi instalate recipiente de colectare selectivă a bateriilor și acumulatorilor portabili, respectiv a DEEE-urilor.

6.4. Compostarea

Este cea mai sustenabilă opțiune pentru gestiunea deșeurilor organice, cu beneficii de natură ecologică, socială și economică.

Acasă, în grădină, la școală sau la locul de muncă producem deșeuri organice în cantități mari. Colectarea lor selectivă și utilizarea lor pentru a realiza compost are multiple avantaje: pentru tine, pentru mediu, dar și pentru societate, în ansamblu. Compostarea nu este dificilă, constând într-o triere atentă a deșeurilor, o mică pregătire și respectarea anumitor reguli simple. În câteva luni se poate obține un îngrășământ organic gratuit pentru grădina familiei sau a prietenilor, pentru plantele de apartament, pentru utilizarea la suprafață sau pentru încorporarea în sol.

Întrucât deșeurile biodegradabile reprezintă cel puțin 50% din totalul deșeurilor generate în gospodăriile urbane, iar compostarea reprezintă cea mai la îndemână metodă de a le transforma în resurse valoroase, cel mai direct beneficiu al compostării este cel cu privire la reducerea deșeurilor. Totodată, compostarea deșeurilor organice domestice permite respectarea principiului proximității și reducerea consumului de energie, prin gestionarea deșeurilor chiar în locul de generare și fără utilizarea de resurse energetice neregenerabile.

Deșeurile biodegradabile din gropile de gunoi, din proximitatea orașelor, reprezintă sursa principală a emisiilor de metan – unul dintre cele mai potente gaze cu efect de seră. Compostarea resturilor alimentare nu ajută numai la diminuarea volumului de deșeuri, ci și la reducerea riscurilor schimbărilor climatice. Mai mult, compostul înlătură nevoia de fertilizatori chimici și de pesticide (alte surse ale gazelor cu efect de seră) și absoarbe dioxid de carbon din atmosferă, fixându-l ca materie organică.

Plantele pe care le cultivăm preiau elementele nutritive din sol. Pentru a compensa această absorbție, este necesar să folosim îngrășăminte. Compostul este o alternativă excelentă pentru îmbogățirea solului. Compus doar din materia organică rezultată din descompunerea elementelor vegetale, permite reciclarea și reutilizarea deșeurilor organice și ajută la creșterea plantelor, ameliorând considerabil calitatea solurilor din punct de vedere chimic, fizic și biologic.

Activitatea de compostare presupune o participare directă la o formă practică de educație. Ne oferă posibilitatea de a vedea cum resturile alimentare vegetale pot fi reciclate într-un produs nou, care apoi este utilizat pentru culturile de noi plante. Se produce astfel o conștientizare a ciclurilor naturale și o (mai bună) înțelegere a fenomenelor naturii. Cel mai important, ni se oferă o pârghie pentru apropierea de natură, o

reconectare atât de benefică, cu precădere a orașenilor.

Solurile îmbogățite cu compost sunt mai ușor de întreținut: volumul de muncă este mai mic, pentru că nu cresc la fel de multe buruieni sau plante dăunătoare pe acestea și, totodată, plantele pe care le cultivăm sunt mai rezistente la boli. Cum sănătatea umană este strâns legată de sănătatea mediului și de calitatea plantelor pe care le consumăm, se înțelege impactul pe care îl are utilizarea compostului în activitățile de grădinărit asupra sănătății noastre (beneficii indirecte, dar semnificative).

Realizarea compostului are nevoie de foarte puține resurse, presupune utilizarea unor cunoștințe elementare și înlătură necesitatea achiziționării de fertilizatori sau amelioratori pentru pământul de flori sau pentru solul din grădină. Alte beneficii de natură economică pot include: costuri de salubritate mai scăzute pentru locuitorii orașelor în care serviciile se plătesc în funcție de cantitatea de deșuri generată, creșterea valorii economice a produselor cultivate și a terenului, ca urmare a calității sporite prin utilizarea compostului.

Vermicompostarea este cea mai indicată metodă pentru reciclarea resturilor alimentare direct la domiciliu. Poate fi realizată atât în casă, cât și în spațiul exterior, și poate fi desfășurată pe toată durata anului, inclusiv de cei care locuiesc la bloc. Pe lângă utilizarea rămelor, compostarea se realizează cu

bacterii, funghi și insecte. Aceste micro- și macroorganisme dezintegrează materialele organice cu care se hrănesc. Râmele mănâncă bacterii, funghi și resturi alimentare. Menținerea compostului în stare cât mai bună necesită oxigen și umezeală. Nevoile de mentenanță sunt medii și constau în principal în asigurarea unei hrane suficiente pentru râme și în monitorizarea condițiilor.

Cea mai comună râmă utilizată pentru vermicompostare este *Eisenia fetida*, care trăiește în medii cu temperaturi între 0 și 35°C, și ai cărei coconi rezistă la îngheț pe perioade de câteva săptămâni. O altă râmă din același gen este specia *Eisenia hortensis*, care se reproduce la fel de repede ca *Eisenia fetida*, având în plus avantajele rezistenței la condiții de mediu mai acide și adaptării mai ușoare la schimbările bruște de mediu. Doar prima specie este recomandată pentru vermicompost, a doua fiind mai potrivită pentru compostarea la rece, în aer liber.

Află mai multe cu privire la metode de compostare, materiale necesare și sfaturi generale despre dozarea și întrebunțările compostului în *Îndrumarul Compostarea Domestică Urbană* al Asociației *Mai Bine* în seria *Îndrumarelor pentru un Trai Mai Bun*.

<http://maibine.org/ghid-compostare.pdf>

7. Vacanțe

Călătoriile sunt fatale prejudecăților, bigotismului și minților strâmte și cei mai mulți dintre noi au nevoie să călătorească tocmai pentru asta. Viziunile largi, sănătoase și binefăcătoare despre oameni și lucruri nu pot fi dobândite vegetând într-un colț îngust al pământului întreaga viață.

MARK TWAIN

Ce tip de deplasări?

Aproximativ jumătate din carburanții folosiți pentru aviația civilă mondială este destinată turismului. Dioxidul de carbon, emis cu precădere prin traficul motorizat, este principalul gaz cu efect de seră care provoacă schimbările climatice. Traficul aerian joacă cel mai important rol în ecuație, mai ales pentru că produce CO₂ la mari altitudini, iar călătoriile în avion cunosc o creștere anuală de 5% determinată în principal de tarifele atrăgătoare ale companiilor cu costuri reduse.

O oră în avion, pentru fiecare pasager, generează mai multe emisii decât o persoană din Bangladesh pentru toate activitățile pe parcursul unui an. Un singur zbor, în funcție de distanță, altitudine, tip de avion poate fi de 100 de ori mai dăunător mediului decât o călătorie cu trenul. Acesta are nevoie

de trei ori mai puțină energie față de avion pe persoană transportată, și produce, totodată, mult mai puțin CO₂.

În multe cazuri, trenurile de mare viteză din Europa de Vest sunt și mult mai competitive în ce privește durata parcursului, nefiind necesar timpul de deplasare de și până la aeroport și nici să se ajungă cu cel puțin o oră înainte.

Din păcate, chiar și în țările vestice, unde durata călătoriilor cu trenul este comparabilă cu a celor realizate în avion, cele mai multe deplasări se fac cu avionul, ca urmare a prețurilor foarte joase practicate de unele companii.

Emisii de CO₂ pe pasager pentru 100 de kilometri:

Avion – 31 de kilograme

Mașină – 16 kilograme

Tren – 5 kilograme

Nu este necesar să se parcurgă mii de kilometri, pentru a simți plăcerea descoperirilor. Situri naturale și culturale există și în regiunile din vecinătate. Privilegierea turismului de proximitate nu contribuie numai la reducerea costurilor și a impactului negativ asupra mediului al deplasărilor, ci și la promovarea și dezvoltarea culturii și economiei locale.

7.1. Costuri sociale asociate cu activitățile turistice

Banii obținuți prin activitățile turistice pot fi un factor destabilizator pentru o populație, mai ales dacă diferențele de nivel de trai față de vizitatori sunt semnificative. Profitând de câștigurile financiare, fermierii vând terenurile agricole cultivabile, în vederea utilizării acestora pentru construirea de infrastructură pentru turiști. Activitățile artisanale dispar, pentru că locuitorii preferă să le sacrifice în favoarea locurilor de muncă din industria turistică, mai bine remunerate. O regiune devine astfel foarte dependentă de o singură activitate și pierde progresiv autonomia și cunoștințele specifice.

În țările din sudul global, turiștii consumă în medie de la 7 până la 10 ori mai multă apă decât populația locală. Hotelurile, grădinile, piscinile sau terenurile de golf sunt foarte mari consumatoare de apă și de energie. În zonele în care aceste resurse

sunt deja rare, populația locală este uneori constrânsă la rații fixe, pentru ca turiștii să se poată bucura de un confort mai bun.

În plus, banii din turism antrenează o creștere a prețurilor și creează o nouă ierarhie socială, accentuând sărăcia. Aceasta este una dintre originile turismului sexual, mai ales a prostituției infantile, care se dezvoltă de mulți ani în mai multe țări asiatice, precum Thailanda și Filipine, la care se adaugă mai nou țări din alte continente, precum Republica Dominicană, Cuba, Mexic sau Kenya. După datele UNICEF, mai mult de 2 milioane de copii sunt victimele acestui sector turistic anual.⁴³

Pentru vizite etnologice în sânul unor sate locuite de minorități, cu costume și obiceiuri spectaculare, de cele mai multe ori traseele se realizează cu acordul autorităților din țările respective, dar rareori în urma unor consultări a populației băstinașe, care nu primesc beneficii de pe urma banilor turiștilor străini.

7.2. Turismul durabil – definiții și conceptualizare

Turismul durabil răspunde la nevoile prezentului, fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a răspunde la ale lor. Este fructul unor eforturi permanente și necesită controlul constant al efectelor acestei activități, ceea ce presupune adoptarea, de fiecare dată

⁴³ www.unicef.org/indonesia/Factsheet_CSEC_trafficking_Indonesia.pdf
www.unicef.org/protection/57929_58006.html

când este posibil, prin măsurile de prevenire și de corectare necesare:

- **exploatarea de manieră optimă a resurselor naturale** care constituie un element-cheie al punerii în valoare turistică, prezervând procesele ecologice esențiale și ajutând la salvarea resurselor ecologice esențiale și menținerea biodiversității;
- **respectarea autenticității socioculturale a comunităților gazdă**, conservându-le atuurile culturale vii sau construite și valorile lor tradiționale și contribuind la înțelegerea și toleranța interculturală;
- **asigurarea unei activități economice viabile** pe termen lung, oferindu-le tuturor părților implicate avantaje socioeconomice repartizate în mod echitabil, mai ales locuri de muncă stabile, posibilități de beneficii și servicii sociale pentru comunitățile gazdă, contribuind astfel la reducerea sărăciei;
- participarea, în cunoștință de cauză, a tuturor actorilor în cauză, și politici publice solide care să asigure o **participare largă și existența unui consens**.

Sursă: Organizația Mondială a Turismului

În viziunea noastră, turismul durabil ține cont în gestiunea pe termen lung de toate resursele unei regiuni și nu doar de interesele economice pe termen scurt. Scopul este de a prezerva calitatea mediului, valențele estetice ale locului și legăturile sociale cu locuitorii. Următoarele valori și dimensiuni sunt părți

integrante din sustenabilitatea turismului:

Protecția mediului

- grija de a nu deranja ecosistemul și admirația și respectul pentru peisaje, biodiversitate și toate aspectele culturale inerente locului.

Responsabilitatea

- implicarea populațiilor locale în diferitele faze ale proiectului turistic, respectul persoanelor, culturii și naturii și o repartiziție echitabilă a resurselor generate.

Solidaritatea

- cu populațiile vizitate.

Echitatea

- alocarea unei părți echitabile din beneficiile sau profitul activităților turistice și o remunerare corectă a muncii prestate de localnici.

Comunitatea

- consultarea membrilor comunității cu privire la cum este gestionat turismul în locul respectiv (în mod particular indigenilor și sătenilor din sudul global) și participarea comunităților gazdă la luarea de decizii.

7.3. Sfaturi pentru un călător responsabil

Activitate transversală, turismul străbate toate sectoarele activității umane, drept pentru care o abordare sustenabilă a acestui sector la nivel individual presupune reflecții cu privire la provocări și

soluții aferente mediului natural și mediului social, economiei, culturii, drepturilor omului.

Este necesară dezvoltarea ideii de a călători sub formă conștientă și de a conlucra la alternative mai bune. Din păcate, ca și în alte domenii, nu există o rețetă magică, și schimbarea se va realiza de la firul ierbii, cu fiecare destinație nouă în parte. Mișcarea pentru călătorii sustenabile este în creștere și include organizații din toată lumea, care caută să educe și să ofere alternative pentru a ajuta la scăderea impactului ambiental al activităților turistice și la sporirea beneficiilor aduse comunităților gazdă.

Este nevoie, în primul rând, de a îndemna gazdele și/sau operatorii turistici să vadă lumea diferit, nu ca pe o resursă de exploatat, ci ca pe un loc valoros care merită protejat și celebrat pentru unicitatea și diversitatea inerente. Totodată, este nevoie ca aceștia să privească clienții nu ca pe simple unități de consum, ci ca pe oaspeți care caută să fie relaxați, educați, transformați. Alternativele sustenabile constau în activități turistice descrise de mai puțin volum, mai puțină aglomerație și zgomot, mai puține daune ambientale și mai multă însemnătate, sens, valoare, echilibru.

Fie că mergi într-un centru urban foarte dezvoltat sau într-o așezare rurală dintr-o țară mai puțin dezvoltată, ca turist responsabil ar trebui să fi luat cunoștință de caracteristicile locului de

destinație, să conștientizezi impactul pe care prezența ta îl are asupra populației locale și asupra mediului, și să îți propui să minimizezi impactele negative. Cele mai multe dintre sfaturile care urmează sunt simple, ușor de urmat și pot face diferența.

a. Considerente din sfera protecției mediului

Învață despre problemele de mediu din locurile pe care le vizitezi. Diferitelor regiuni le corespund condiții diferite în funcție de ecosistemele lor. Învață despre efectele turismului de masă pentru plaje, munți, terenuri umede, deșerturi etc. și caută să neutralizezi aceste efecte.

Folosește apa cu cumpătare: multe comunități se confruntă cu precaritatea resurselor de apă și alimentarea cu această resursă este anevoioasă pentru mulți. Făcând dușuri rapide, poți ajuta la diminuarea consumului de apă.

Economisește energia: stinge luminile, aerul condiționat și închide căldura când nu ești în cameră.

Redu consumul, Reutilizează, Reciclează: cei 3R elementari din ecologie sunt valabili oriunde ai fi. Întotdeauna este bine să încerci să folosești cât mai puține resurse. Reutilizează oricând poți (orice călător conștient folosește recipiente pentru apă reutilizabile și sacoșe de pânză, de exemplu). Reciclează, dacă țara în care călătorești permite facilități de colectare



selectivă; dacă nu, cu atât mai mult este important să reflectezi cu privire la ce și cum consumi (sticlele de apă îmbuteliate folosite de turiști formează munți de deșeurii în anumite regiuni).

Nu arunca la întâmplare gunoiul pe care îl produci, chiar dacă localnicii o fac, ci caută o pubelă!

Folosește transportul public local oricând este posibil, mergi pe jos sau fă rost de o bicicletă.

Cumpără produse locale și hrănește-te cu alimentele specifice locului, autohtone. În loc să-ți faci cumpărăturile dintr-un supermarket (care folosește mai multă energie pentru a transporta mâncarea pe distanțe lungi), vizitează piețele locale sau cumpără de la un mic aprozar din apropiere (adu cu tine de fiecare dată o sacoșă reutilizabilă și cere să nu ți se împacheteze cumpărăturile dacă nu e nevoie); de cele mai multe ori nu este ușor să găsești restaurante care pregătesc hrană organică, însă poți alege locuri care folosesc ingrediente produse local.

Nu cumpăra produse de tipul suvenirurilor realizate din specii aflate în pericol (din fildeș sau din corali, spre exemplu) sau artefacte valoroase din punct de vedere istoric și cultural; întreabă de fiecare dată de unde vin

produsele respective, întrucât, pentru unele, este ilegal exportul.

Nu deranja viețuitoarele sălbatice și menține o distanță potrivită de acestea; nu folosi echipamente motorizate, zgomotoase în comunități mici sau în locuri despre care se știe că adăpostesc animale sălbatice; nu culege și nu lua acasă resurse naturale locale precum scoici, oase de animale, plante etc.

Alege activitățile de recreere cât mai înțelept și **practică sporturi cu impact scăzut asupra mediului**, care nu presupun folosirea de mult echipament și de resurse fosile și care nu deranjează pe cât posibil mediul și comunitățile locale.

Folosește locuri de cazare sau de ședere care au reputația de a fi sustenabile. Sustenabilitatea poate însemna mai multe lucruri: în locul respectiv se colectează selectiv deșeurile, se folosesc forme alternative de energie, sunt deținute și/sau administrate de localnici, contribuie la dezvoltarea locală, au pus în practică sisteme pentru reducerea consumului de apă și de energie, oferă hrană locală, crescută prin metode agricole tradiționale, oferă subvenții pentru personal și facilități pentru folosirea bicicletei și/sau a transportului



public în comun, au o politică în ce privește protecția mediului, transparentă pentru clienți.

b. Considerente sociale

Informează-te cu privire la destinația ta, învață despre istoria sa, situația politică, evenimente curente, grupuri culturale și dinamica interculturală, religie, geografie, bucătărie, transport etc.

Daca nu stăpânești limba, **învață măcar câteva fraze de bază în limba regiunii tale gazdă**, învață despre cum se salută oamenii și practică salutul respectiv. Limbajul corporal este de asemenea important de analizat și de adaptat sub o formă cât mai potrivită.

Află care sunt tabuurile și obiceiurile locale, întrebând cunoscuți care au călătorit în aceeași zonă sau consultând informațiile disponibile în ghiduri specializate sau pe internet și respectă-le.

Respectă diferențele culturale și învață din ele; oameni din diferite locuri acționează după anumite norme, principii; nu încerca să le schimbi și bucură-te de diversitate și noutate; îmbracă-te cât mai potrivit, întrucât respectarea codurilor de îmbrăcăminte este foarte importantă, mai ales în cazul siturilor religioase.

Învață mai multe într-un domeniu care te interesează în timp ce călătorești; află cum oameni dintr-o altă cultură abordează o pasiune sau un hobby pe care o/îl ai.

Ieși de pe căile gata bătătorite; caută evenimente care nu sunt menționate în ghidurile de călătorii și locurile care nu reprezintă aglomerații turistice; mergi acolo unde localnicii merg, cu discreție, pentru a nu interveni în spații și activități private.

Adu cadouri mici și reprezentative de acasă dacă știi că vei petrece timp cu o familie locală sau într-o comunitate.

Selectează locul de cazare în funcție de anumite considerente sociale, precum investițiile în zonă ale afacerii sau organizației respective, aprovizionarea cu produse locale și angajarea de forță de muncă autohtonă pentru sprijinirea comunității locale, politici care încurajează comerțul echitabil și echitatea în general, contribuția la păstrarea resurselor etc.

c. Considerente economice

Cumpără produse și servicii din surse locale; nu negocia prea mult pentru câțiva lei în minus dacă mergi în locuri în care asta ar putea să însemne mai mult pentru gazdă decât pentru tine.



Stai în locuri de cazare care sunt deținute de localnici, mănâncă la restaurante cu produse locale și care sunt proprietatea localnicilor și angajează ghiduri dintre băștinași; în general, mai puțin înseamnă mai bine; dacă decizi să mergi într-un tur ghidat, informează-te cu privire la practicile lor.

Alege-ți locul de cazare în funcție de cum sprijină acesta comunitatea locală (de exemplu prin donarea unui procent din profituri către cauze sociale sau pentru conservarea biodiversității), cum își selectează furnizorii și se asigură că aceștia nu încalcă drepturile omului.

Contribuie cu ceva în comunitatea pe care o vizitezi dincolo de banii pe care îi cheltui, pentru a primi ceea ce dorești; de exemplu, dacă planifici călătoria din timp poți contribui cu resursele tale de timp prin a fi voluntar într-o organizație locală. Ia în considerare angajamentul destinației tale la practici sustenabile cu privire la drepturile omului, conservarea resurselor naturale, pace etc.



Nu oferi dulciuri sau cadouri copiilor locali! Acest lucru poate încuraja cerșetoria. Dacă vrei să donezi, informează-te contactând o organizație, școală sau o agenție turistică locală, pentru a te asigura că ceea ce dăruiești ajunge acolo unde trebuie și este distribuit adecvat.

7.4. Vacanțe cu impact pozitiv în România

O destinație de vacanță nu se alege doar în funcție de peisaj, de preț și de oferta turistică. Călătorul poate să se preocupe de impactul deplasărilor sale asupra mediului natural și de consecințele sejurului pentru populația locală, economia și viitorul regiunilor în cauză.



Discover eco Romania – logo

Asociația Română de Ecoturism a reușit crearea de parteneriate pentru conservarea naturii și dezvoltarea turismului împreună cu asociații de turism, organizații neguvernamentale active în sfera dezvoltării locale și protecției mediului, proiecte de conservare a naturii și agenții de turism. Ideea inovativă promovată de această asociație este de a aduce împreună sectorul public și cel privat într-un parteneriat pentru conservarea naturii și dezvoltarea sustenabilă a turismului în România.

Pe pagina oficială a asociației poți descoperi trasee turistice ecologice în destinații precum: Țara Dornelor, Țara Hațegului, Munții Apuseni,

Delta Dunării, Băile Tușnad, zonele săsești, Țara Branului, Țara Lăpușului sau Munții Măcinului.

www.eco-romania.ro



Rowmania este o inițiativă de ecoturism în Delta Dunării, lansată ca proiect al Asociației Ivan Patzaichin – Mila 23, care dezvoltă produse turistice, programe de antreprenoriat social, campanii de canoe și programe de dezvoltare durabilă în arii naturale protejate, cu focus pe activități care sprijină oamenii și tradițiile din Delta Dunării. Asociația Ivan Patzaichin – Mila 23 are un capital de imagine semnificativ, generat în mod direct de prezența și contribuția activă a multiplului campion olimpic Ivan Patzaichin. Acesta a lansat în anul 2011 o barcă de canoe cu un design nou și unic – canotca, bicicleta apelor.

www.rowmania.ro



Drumurile Verzi din România

Drumuri Verzi reprezintă o inițiativă răspândită și recunoscută în Statele Unite ale Americii, precum și în Europa de Vest prin care se promovează conservarea, valorificarea moștenirii culturale și naturale a unei regiuni pe baza principiilor dezvoltării durabile și se creează noi oportunități educative, economice și sportive în localitățile din regiune.

Drumurile Verzi aduc beneficii mediului înconjurător, îmbunătățesc calitatea vieții și oferă o șansă activităților

economice durabile pentru populația localităților din zonă. Inițiatorul programului Greenways în România este Fundația pentru Parteneriat care, prin finanțarea a mai multor organizații, a contribuit la implementarea a opt Drumuri Verzi în România:

- **Drumul Apelor Minerale:** inaugurat în 2004, este situat în Bazinul Ciucului, județul Harghita, cu trasee de 12-40 km lungime, făcând legătura între numeroasele băi și izvoare de apă minerală;
- **Drumul Aurului:** inaugurat în 2005, este situat în Roșia Montană în Munții Apuseni, fiind o rețea de trasee cu o lungime de peste 50 km;
- **Drumul Molidului:** străbate Munții Hășmaș și Munții Giurgeu pe mai multe porțiuni, parcurge traseele de odinioară ale căilor ferate înguste, are peste 180 km lungime;
- **Drumul Moștenirii Maramureșene:** situat în Munții Gutâi, cu o lungime de 64 km divizat în două trasee, parcurge habitate naturale și așezări tradiționale;
- **Drumul Calcarului:** cuprinde o rețea de 150 km de trasee situate în centrul Munților Trascău – case tradiționale, permite accesul la 15 rezervații naturale;
- **Drumul Râului Tur:** este o rețea de aproximativ 65 km pentru cicliști, în rezervația naturală „Râul Tur“, o zonă inclusă în rețeaua Natura 2000;
- **Drumul Sării:** 50 km de-a lungul drumului antic roman, în județul Mureș;

- **Drumul Așezărilor Săsești:** 120 km, pornește din cetatea medievală a Sighișoarei.

www.greenways.ro

www.repf.ro



Viața la Țară în România

Întreprinderea socială Village Life România își propune să redefinească turismul rural în acord cu nostalgia pentru valorile ancestrale. Asociația dezvoltă programe bazate pe comunitățile locale din satele românești, contribuind astfel la întâlnirea ofertei de servicii ale sătenilor cu nevoile de recreere și de învățare ale persoanelor de la oraș. Prin intermediul proiectelor sunt scoase în evidență oportunități, facilitându-se expunerea beneficiarilor rurali la exemple de bune practici, creându-se conexiuni pentru aceștia către surse de know-how în turismul rural sustenabil. Sunt stimulate implicarea comunității și participarea în procesele de luare a deciziilor, considerându-se că abordarea de jos în sus sau de la firul ierbii poate rezolva mai bine pe termen lung problemele erodării tradițiilor și culturii rurale din România; de asemenea, membrii Village Life România educă informal în domeniul protecției mediului și al dezvoltării sustenabile rurale în toate dimensiunile sale (inclusiv subiecte precum agricultură sustenabilă, arhitectură verde sau conservarea peisajelor tradiționale etc).

www.villagelife.ro



Greenway Tour este o întreprindere socială inițiată de Asociația EcoLogic din Baia Mare, care oferă vacanțe cu un program generos alocat experiențelor de vizitare, ce permite o întoarcere în timp prin contact direct cu o latură foarte bine conservată a culturii dacice și contopire în natură. Cumpărând serviciile turistice oferite de acest operator turistic local, puteți contribui la conservarea diversității biologice, 10% din prețul plătit fiind investit în proiecte de conservare în aria protejată avută în custodie de către asociație, respectiv Situl Natura 2000, Munții Gutâi – Creasta Cocoșului. De asemenea, în pachetele turistice sunt folosite servicii locale, facilitându-se astfel dezvoltarea durabilă a comunităților din jurul ariilor protejate, clădită pe valorile locale.

www.maramuresgreenways.ro



Sprijinirea moștenirii culturale din Transilvania

Asociația Mihai Eminescu Trust are ca misiune conservarea și regenerarea satelor și comunelor din Transilvania și din Maramureș, două dintre zonele cele mai autentice din Europa. De-a lungul Transilvaniei, mii de case istorice, mori, hambare și poduri sunt ruinate sau deformate, ca urmare a dezvoltării moderne. Dacă orașe mai mari precum Sibiu sau Sighișoara au primit sprijin internațional pentru conservare și restaurare, comunitățile rurale au fost în mare parte neglijate. Asociația





administrează Drumul Verde al Moștenirii Săsești și oferă tururi ghidate în satele Viscri, Malancrav, Florești, Crit, Biertan și Apafi Manor.

www.mihaieminescutrust.org

Bine de știut:

- Couchsurfing este cea mai mare comunitate pentru călătorii din lume, având peste 4 milioane de membri în peste 244 de țări și teritorii. Reprezintă o inovație socială care revoluționează cultura turismului: nu implică niciun fel de schimburi monetare și permite cunoașterea în mai mare profunzime a unor destinații turistice prin experiența de a locui și de a petrece timpul chiar cu localnicii regiunilor vizitate.
- În întregime dezvoltată pe bază de voluntariat, rețeaua urmărește schimbul de experiențe și ospitalitate între membri. Astfel, cei care călătoresc pot căuta localnici din locațiile de destinație pentru a le solicita cazare, ghidare sau pur și simplu pentru a petrece câteva ore împreună pentru a cunoaște mai bine realitatea locului. În general, membrii petrec de la câteva ore sau nopți până la o

săptămână, bucurându-se de ospitalitatea gazdei și de gratuitatea serviciilor oferite. În schimb, musafirul poate găti mâncăruri tradiționale pentru gazdă, din țara sa de origine, sau împărtăși diverse alte tipuri de abilități practice.

- Platforma promovează, așadar, interculturalitatea și transmiterea de cunoștințe între membri și permite un sistem de feedback, cu mărturiile și comentariile care ajută la identificarea satisfacerii anumitor preferințe și permite o mai mare siguranță pentru membrii rețelei. Couchsurfing are misiunea declarată de a schimba cultura turismului și de a contribui la o lume mai bună. De curând, inițiativa a devenit o Corporație de tip B în SUA, formă juridică ce desemnează segmentele economiei dedicate creării de beneficii sociale (B vine de la cuvântul beneficiu). Valoarea rețelei a fost recunoscută în publicații precum *New York Times*, *The Guardian* sau *The Times*.

www.couchsurfing.com



8. Reînsoșirea spațiului

Fiecare are dreptul să trăiască într-un loc minunat. Mai important, fiecare are dreptul de a contribui la a face din locul în care locuiește deja unul minunat.

FRED KENT

8.1. Relocalizarea

150 Relocalizarea activităților economice reprezintă pentru unii autori cea mai importantă măsură strategică pentru moduri mai sustenabile de satisfacere a nevoilor umane. Deși tranziția către o lume mai bună implică o gândire globală, ieșirea din impasul actual al dezvoltării se realizează înainte de toate local. Astfel, într-o anumită măsură, relocalizarea s-ar traduce prin aplicarea vechiului principiu de ecologie politică „gândește global, acționează local”. Trebuie revitalizat terenul local, pentru că, deși ducem un trai din ce în mai virtual, în mare măsură deconectați de realitatea teritorială, trăim încă local.

Asistăm în prezent la ceea ce a fost calificat ca marele bazar mondial⁴⁴ – un sistem concurențial cu o putere de cumpărare care stagnează sau se reduce și o publicitate omniprezentă care

îndeamnă consumatorii să caute în mod sistematic cele mai mici prețuri. Managerii centrelor comerciale din toate sectoarele (fie de distribuție largă sau de lux) încearcă neconștient să aducă produsele pe care le caută clienții (sau pe care publicitatea îi determină să le caute) la prețuri mici. Cumpărăturile de produse fabricate în cea mai mare parte în China, India sau alte țări asiatice, africane sau ale Americii de Sud și Europei de Est favorizează din ce în ce mai mult delocalizarea, antrenând astfel creșterea șomajului și scăderea puterii medii de cumpărare, de unde o cerere reînnoită a prețurilor scăzute și crearea unui cerc vicios cu o cadență sporită.

Ca urmare a globalizării și a antrenării prin mecanismele acesteia a delocalizării, produsele pe care le consumăm parcurg deseori distanțe aberante. Exemplul iaurtului este revelator și apare enunțat deseori în lucrările pe acest subiect:

⁴⁴ Ridoux, 2006:133

- în Franța, un iurt traversează 9 115 km înainte de a ajunge pe masa consumatorului;⁴⁵
- în Germania diferitele ingrediente necesare producerii unei cutii de iurt cu căpșuni cumulează un parcurs de 3 500 de km;⁴⁶
- drumul parcurs de ingredientele acestui produs alimentar înainte de a ajunge pe masa italienilor este de 1 200–1 500 de km.⁴⁷

Aceste distanțe foarte lungi, parcurse de cea mai mare parte a produselor alimentare consumate mai ales în țările dezvoltate, dar și în cele în curs de dezvoltare, ar trebui limitate din mai multe considerente:

- poluarea atmosferică și fonică generate de transportul alimentelor;
- costurile acestui transport care sunt în general suportate de consumator;
- pierderea calității alimentelor;
- schimbările climatice etc.

CIFRE

- În 2008, Marea Britanie a exportat 4 400 de tone de înghețată în Italia, pentru a reimporta 4 200 de tone.
- În același an, s-au importat din Egipt 22 000 de tone de cartofi pentru a trimite 27 000 de tone înapoi în aceeași țară și au fost trimise 5 000 de tone de hârtie igienică spre Germania, de unde peste 4 000 de tone din același produs au fost expediate către Anglia.

Localizarea este necesară pentru a evada din economie în ideea de a lupta împotriva globalizării și a multiplelor efecte negative ale gigantismului, precum crizele ecologice sau destrămarea legăturilor sociale. Această măsură nu trebuie însă confundată cu un extremism protecționist, ci considerată o materializare a unor forme de căutare pentru un (mai) bun simț în schimburile economice și instituirea unei producții și a unui consum necuplate cu un impact distructiv.

Localizarea este importantă pentru valențe socio-culturale precum prezerarea diversității modurilor de viață, valorizarea patrimoniului comun, abordarea mai democratică a economiei, reducerea șomajului, consolidarea participării publice, integrarea, solidaritatea etc. și, totodată, ca răspuns la constrângerile de mediu, sau din considerente ecologice pentru reducerea transportului inutil cauzator de emisii de CO₂.

O definiție comprehensivă a localizării economice este cea realizată de economistele de origine cehă Eva Frankova și Nadia Johannisova, conform cărora este vorba deopotrivă „de un proces și de rezultatul unui sprijin moral, politic și practic al întreprinderilor locale, [...] care în mod preferențial utilizează resurse din acea zonă, angajează localnici și servesc în principal satisfacerii nevoilor consumatorilor din aceeași regiune și

⁴⁵ Latouche și Harpagès, 2010:106

⁴⁶ Ridoux, 2006:133

⁴⁷ Pallante, 2009:17

dezvoltării proprii comunități. Include încercări de a consolida încrederea locală și de a scădea dependența de importuri, pune accentul pe diversificarea producției de bunuri și servicii în economia locală și întărirea rezilienței față de fluctuațiile sistemului economic global. O importantă parte a acestei strategii este sprijinul atât pentru finanțele locale (băncile comunitare, monedele locale etc.), cât și pentru economia locală nemonetizată“ (2011:11).

Așadar, localizarea economică înseamnă sprijinul, cât de mult posibil, a producției și a consumului local, precum și reducerea comerțului pe distanțe lungi, doar pentru furnizarea de bunuri care nu pot fi produse într-o anumită regiune sau țară.

Această măsură reprezintă, pe scurt, **un proces care inversează tendința globalizării, discriminând-o în favoarea localului. Prin acest proces se urmărește eliberarea unei țări, a unei regiuni sau a unui oraș de supradependența de economia globală și investirea în propriile resurse pentru a produce din propriile dotări naturale, financiare și umane o parte semnificativă a bunurilor, a serviciilor, a hranei și a energiei pe care o consumă.**

Regăsirea unei autonomii economice locale implică orientarea spre găsirea unei autosuficiențe alimentare și energetice, cumulată cu o autonomie în sfera economico-financiară care să permită finanțarea și dezvoltarea proiectelor locale.

Globalizarea a transformat regimul alimentar al consumatorilor creduli, lipsiți de griji, seduși de aparențe și încântați de a consuma în afara sezonului fructe și legume venite din altă parte a globului (deseori insipide și cu substanțe nocive). Cum am punctat mai devreme, cea mai mare parte a produselor alimentare consumate în țările dezvoltate



Dimensiuni generale care descriu semnificația localizării economice, fiecare dintre ele cu aspecte concrete de Eva Frankova și Nadia Johanisova

Dimensiunile semnificației localizării economice	Aspectele concrete ale localizării economice
1. Spațială/geografică	Preferința pentru factorii de producție de proveniență locală, în timp ce inovațiile și know-how-ul sunt împărtășite global; Preferința pentru proprietatea locală a factorilor de producție la nivel individual sau de comunitate; Preferința pentru consumatorii locali și satisfacerea nevoilor lor;
2. Ecologică	Accentul pe sustenabilitatea consumului și producției; Cea mai fezabilă circulație închisă a materiei și energiei, deșeurile gestionate ca resurse;
3. Economică	Accentul pe circulația locală a banilor; Preferința pentru capitalul financiar local;
4. Socială	Accentul pe consolidarea comunității și cooperare;
5. Culturală	Încercări de preservare și cultivare a practicilor culturale și a abilităților artisanale locale;
6. Politică	Preferința pentru luarea de decizii democratice; Încercări pentru menținerea proceselor decizionale la nivelul cel mai mic posibil (preferabil comunitar), principiul de subsidiaritate;
7. Ideologică	Contrabalansarea globalizării economice, alternativă ideologică la sistemul economic predominant și la conceptul de dezvoltare bazat pe comerț liber;
8. Etică/morală	Consolidarea relațiilor și responsabilității cu/față de un spațiu specific;
9. Strategică	Scăderea dependenței de importuri și construirea rezilienței față de fluctuațiile economiei globale;
10. Amenajarea teritorială	Dezvoltarea infrastructurii care să sprijine producția și consumul locale;
11. Fizică/practică	Practici de producție și consum locale în sfere particulare (hrană, energie, bani, transport, cazare, manufactură etc.), activitățile fizice și consecințele lor în lumea fizică.

parcurs distanțe nejustificat de lungi. Această realitate face astfel încât circuitul produselor alimentare să antreneze un consum mai mare de calorii decât kaloriile conținute de alimentele transportate.

Dincolo de activitatea întreprinderilor locale de producție de bunuri și servicii pentru comunitate, activitățile productive locale privesc în principal procesele de autoproducție: întreținerea spațiilor urbane, serviciile de bază și de sprijin reciproc, asociațiile de sprijin al agriculturii țărănești, grădinile urbane sau comunitare, activitățile culturale și ludice, construcțiile de talie mică, artizanatul local.

154

Aceste activități de proximitate favorizează schimburile nemercantile și relațiile de reciprocitate, bazate pe încredere. Astfel, ele permit crearea unui spațiu public fondat pe recunoașterea și valorizarea unui patrimoniu comun și emergența unor noi relații care evită individualismul.

Autoproducția energetică este, de asemenea, o componentă importantă a relocalizării, având un aport semnificativ la reziliență – un concept central în tematica localizării, care se referă la rezistența și capacitatea de adaptare la șocuri. Energiile regenerabile, precum cea solară sau eoliană, sunt adaptate utilizării locale. În condițiile epuizării resurselor de petrol,

producerea și consumul energiei cât mai aproape de locul de utilizare vor deveni necesități. Pe lângă costurile și impactul ambiental mai mic, autoproducția de energie regenerabilă permite evitarea pierderilor generate de transport și extragere.

Sistemele economice locale (cunoscute sub denumirea de LETS – Local Economic Trading Systems în țările anglofone sau SEL – Systèmes d’Echanges Locales în cele francofone) sunt alternative ale sistemului economiei de piață, care urmăresc crearea unei platforme de întrajutorare între membrii comunității, fără a folosi moneda tradițională, care s-au dovedit a fi un suport extraordinar pe timp de criză pentru persoanele care nu-și mai permit anumite servicii, ca urmare a reducerii veniturilor. Întrucât „**scenariul salvării se bazează pe solidaritatea umană**“ (Brăilean, 2011:23), bogăția din aceste sisteme nu are nimic de-a face cu cea convențională care este introdusă în calculele PIB-ului. Fiecare își investește disponibilitatea, dinamismul, creativitatea și generozitatea. *Băncile de timp* sunt un exemplu de sisteme economice locale. Aceste alternative scot în evidență importanța socialului, încurajează producția locală într-un cadru deopotrivă legal și informal și limitează presiunea asupra mediului.

Localizarea economică implică și **reînsușirea banilor** și sprijinirea invenției unei veritabile politici monetare locale. Pentru menținerea puterii de cumpărare a locuitorilor, fluxurile monetare ar trebui să rămână în regiune într-o cât mai mare măsură, la fel și deciziile politice, care ar trebui luate la nivel regional. Rolul monedelor locale, sociale, complementare (creditul mutual rotativ, taxă de interes negativ etc.) sau neconvertibile (tichetele restaurant, bonurile de vacanță etc.) este de a pune în relație nevoile nesatisfăcute cu resurse care altminteri ar rămâne neutilizate.

O monedă complementară permite mobilizarea unor bunuri disponibile, care altfel ar fi nefolosite pentru satisfacerea unei cereri insolubile (de exemplu sectoarele hoteliere, restaurantele sau transporturile, pentru locurile vacante). Diverse experiențe de acest gen au fost deja făcute și pot inspira replicarea lor. Este cazul monedelor *Creditos* din Argentina, care au circulat în timpul crizei grave din anii 2000. Aceste monede complementare, care au substituit peso-ul, au permis la mai bine de șase milioane de persoane să restaureze schimburile cotidiene și să-și asigure astfel supraviețuirea. Capacitățile nefolosite ale fiecăruia au putut astfel să fie puse în mișcare pentru profitul tuturor.

Ideea monedelor locale, din ce în ce mai mult pusă în practică în țările vestice, este una mult mai fezabilă decât cea a abolirii banilor. Chiar dacă la prima vedere pare o practică radicală, inițiative de succes demonstrează că monezile locale sunt răspunsuri practice la sarcina pe care o avem de a regândi calitatea, rolul și modul de utilizare a banilor. Funcționarea monezilor locale se bazează pe un sistem de acorduri și convenții sociale care amintește valoarea inovației în experimentarea de alternative la sistemul monetar existent care rămâne pentru cei mai mulți singura opțiune doar pentru că aceștia nu valorifică potențialul inovator de care, cu siguranță, dispun. Este vorba de acordarea unui alt set de valori banilor. Când oferirea și primirea de bani rămân locale, relațiile sociale sunt consolidate și comunitățile înflorească. Păstrarea circulației banilor în cadrul unei comunități determină interrelaționarea membrilor comunității respective, care se sprijină reciproc și contribuie fiecare la succesul celuilalt în loc să fie părtași la cheltuirea banilor într-un lanț de magazine unde își pierd din substanță, devin abstracți și sunt transferați spre locuri necunoscute.

De exemplu, **Lira din Bristol**⁴⁸ (poza de mai jos), lansată în anul 2012, este o

⁴⁸ <http://bristolpound.org/>

monedă locală alternativă lirei sterline. În scurt timp a devenit o alternativă importantă locală împotriva comerțului global, multinaționalelor și corporațiilor bancare ce permit scurgerea banilor din comunități. Mai mult de 350 de afaceri din Bristol au adoptat moneda locală, făcând din Bristol Pound moneda locală cu cea mai mare circulație din Marea Britanie.

Dezvoltarea de monede alternative constituie o pârgie importantă pentru renașterea comunităților locale și re-însușirea spațiilor prin relocalizare și reteritorializare. Scara optimă a unui sistem monetar regional este considerată a fi între 10 000 și 1 milion de persoane, dimensiune care corespunde unei bio-regiuni și reprezintă un echilibru între eficiență și reziliență.





9. Practicarea grădinăritului urban

Cresc mai multe lucruri într-o grădină decât ceea ce semănăm.

PROVERB SERBO-CROAT

Imaginează-ți...

... un oraș în care fiecare să-și poată găsi legumele la scara blocului, să-și culeagă strugurii deschizând fereastra sau să urce pe acoperiș pentru a mânca o mână de zmeură;

... un oraș plin de spații agricole de proximitate și de restaurante care folosesc ingrediente proaspăt culese din grădinile de zarzavat vecine;

... un oraș care permite consumatorilor și producătorilor să se întâlnească direct în cadrul piețelor de cartier sau prin vânzări directe de coșuri de legume și prin evenimente culinare inedite.

... o realitate deja prezentă:

35% din populația din Montreal practică grădinăritul urban, cultivând legume;

www.agriculturemontreal.com

Prima asociație a grădinilor comunitare din Statele Unite a fost creată încă din

anul 1979. Numai în orașul New York în anul 2010 existau deja 500 de grădini comunitare;

www.communitygarden.org

Primăria orașului Zürich, din Elveția, a permis utilizarea suprafeței de 3 ha a vechiului stadion Hardturm de către populație, inclusiv pentru activități de grădinărit;

www.stadiongarten.ch

În Paris, Laboratorul de Urbanism Agricol a fost creat în anul 2012. Reprezintă o platformă de reflexii și de schimburi în favoarea promovării și dezvoltării unui urbanism agricol;

www.lua-paris.com

Cu participarea a aproximativ 1 000 de locuitori, primăria orașului Middlesbrough, din Anglia, a realizat o cartografiere a orașului, definind spațiile care pot fi cultivate și a creat locuri special amenajate pentru a permite tuturor celor care doresc să grădinărească.

Asociația Americană a Urbaniștilor a dezvoltat un ghid pentru planificarea agroalimentară locală și regională. Scopul ghidului este de a favoriza acest tip de producție și de a-l face mai concurențial.

www.planning.org

Incredible edible – hrană de împărțit – o inițiativă din Anglia, reprezentată azi de aproximativ 50 de grupuri în Marea Britanie și sute la nivel global, din Canada până în Noua Zeelandă. Fiecare grup diferă și este independent, dar toate împărtășesc ethosul creării unei lumi mai bune prin accesul la hrană locală.

www.incredibleediblenetwork.org.uk

Verdeța Isteață de Mănăstur este răspunsul comunității clujene interesate de ecologie și grădinărit urban la proiectul „Adoptă un spațiu verde“ al Primăriei Cluj. Este primul proiect comunitar în spațiul public clujean gândit, implementat și susținut integral de cetățeni prin propriile forțe și din dedicare pentru un oraș mai curat, mai verde și mai prietenos cu oamenii și natura.

www.facebook.com/Verdeatalsteata

Grădina din Curtea Școlii – în București și Cluj Napoca, membri ai organizațiilor Asociația Română de Permacultură și România în Tranziție, învață copiii de la Școala „Ferdinand I“ din capitală despre natură, hrana pe care aceasta o oferă și cum să o obțină în mod inteligent și protejând în același timp mediul.

www.gradinadincurteascollii.ro



9.1. Scurtă punere în context

Agricultura urbană este pe val în țările dezvoltate, spațiile citadine fiind din ce în ce mai mult reconfigurate pentru a face cât mai ușoară pătrunderea naturii în orașe și pentru a le permite oamenilor o mai bună relaționare cu mediul înconjurător și cu hrana pe care o consumă. Pentru aproape jumătate de secol însă, agricultura și orașul nu au fost în relații bune și aceasta este încă realitatea în cele mai multe orașe din lume și în majoritatea din România.

Dezvoltarea transporturilor și angrenajele globalizării au dat orașelor iluzia absenței nevoii de agricultură de proximitate. Rezultatele azi, când 50% din populația globală și 80% din cea occidentală locuiește la oraș, sunt din ce

în ce mai dezamăgitoare. Globalizarea sistemului agroalimentar este legată de numeroase probleme ecologice, sociale și economice, precum risipa energetică, obezitatea, sărăcia, poluarea etc.

Reintegrarea agriculturii în mediul urban este răspunsul adecvat la neajunsurile de mai sus și are ca rol principal furnizarea unei părți din necesarul de hrană al orașenilor, favorizând, totodată, suveranitatea alimentară și siguranța alimentară. Cercetările demonstrează acest potențial. De exemplu, un studiu arată că, dacă toate suprafețele cultivate și cu potențial de a fi cultivate s-ar folosi în aceste scopuri, acestea ar asigura 38% din nevoile alimentare ale locuitorilor orașului Rennes, din Franța.



9.2. Beneficii de natură ecologică, socială și economică

- reduce dependența de petrol și emisiile de CO₂, neutralizează impactul comerțului risipitor care face ca alimentele să parcurgă în medie 2 500 km până să ajungă în farfuriile noastre;
- ameliorează calitatea aerului în oraș și aduce beneficii sănătății orașenilor, atât printr-o calitate mai bună a alimentelor consumate, cât și prin practicarea de exerciții fizice în aer liber;
- promovează biodiversitatea, diversifică peisajele și oferă spații de recreere și de petrecere a timpului liber;
- reprezintă o formă practică de educație ecologică și determină indirect comportamente alimentare adecvate;
- favorizează legăturile sociale, convivialitatea și restabilește legătura directă dintre producători și consumatori și dintre consumatori și pământul hrănitor;
- permite reapropierea de natură, lucrul cu pământul și creșterea plantelor permițând abordarea tuturor simțurilor: văz, gust, miros, pipăit, auz;
- lucrul în natură echilibrează și calmează, contribuie la redarea încrederii, determină responsabilizarea și întărește capacitatea de a o lua de la început;
- reduce cheltuielile pentru alimente și, indirect, alte costuri asociate cu petrecerea timpului liber.

9.3. Repere și sfaturi generale

Între sate urbanizate și orașe agricole, situația pare oarecum paradoxală; chiar dacă inițiativele de grădinărit urban se multiplică, oferind spații pentru practicarea agriculturii orașenilor care visează să evadeze din logica orașului betonat și la casa minunată de la țară, orașele continuă să se extindă și să distrugă terenurile agricole din periferie. În timp ce agricultura tradițională este supusă la tot mai multe condiții, agricultura urbană se dezvoltă în prezent pe manieră anarhică. Sunt necesare o planificare mai coerentă și integrarea demersurilor de grădinărit urban în planurile de dezvoltare ale orașelor. Spațiile care pot fi transformate în locuri de cultură sunt foarte variate: peluzele sterile de la baza blocurilor, acoperișurile, malurile apelor, balcoanele, parcurile, terasele, fațadele clădirilor, marginile străzilor și altor căi de comunicație. Activitățile de agricultură urbană se pot realiza fie în interiorul orașelor, fie în zonele periurbane, la limita dintre oraș și sate, în zonele agricole, pe terenurile destinate construcțiilor înainte de realizarea acestora sau în zone neconstruibile. Aceste spații au un potențial puternic, pentru că sunt numeroase și nu au în general nicio funcție sau utilizare.

Ideală este realizarea unui diagnostic al orașului, al cartierului sau al zonei urbane de interes, în funcție de obiectivele grupului de inițiativă, factorilor de interes, actorilor implicați. În toate

cazurile, important este ca o inițiativă de grădinărit urban să fie deschisă și incluzivă.

Analiza legislației în vigoare cu privire la spațiile verzi și intervenția cetățenilor în amenajarea spațiilor publice este importantă înaintea începerii demersurilor de grădinărit în spațiile urbane. În România, legea aplicabilă este Legea numărul 24 din 2007, privind reglementarea și administrarea spațiilor verzi din localități.

Pentru succesul unui astfel de proiect este necesară implicarea unei persoane resursă foarte motivate, de preferință cu experiență în biologie, agronomie sau

162

cultivării și creșterii plantelor. În general, persoanele cele mai implicate sunt persoanele care au avut deja o legătură cu pământul.

Arhitecții și urbanistii au un rol important în sensul integrării, în proiectele pe care le realizează – a spațiilor de producție alimentară la scara imobilului, a cartierului, a orașului sau chiar a unei regiuni.

Agricultura în mediul urban și agricultura tradițională pot și trebuie să fie aduse împreună pentru a oferi alternative sustenabile populației din România. Jumătate din numărul de fermieri tradiționali ai Europei trăiesc în țara noastră, punându-ne la îndemână un potențial extraordinar de prezervare și

relansare a tehnicilor agricole prietenoase cu mediul.

9.4. Carta grădinăritului urban

Grădinăresc într-o manieră ecologică, favorizând cultura biologică, și privilegiaz utilizarea produselor naturale pentru a avea grijă de grădină.

Numeroase analize ale solului arată că terenurile pe care sunt cultivate alimentele sunt puternic poluate prin pesticide și exces de alte îngrășăminte toxice, dăunătoare sănătății mediului și a oamenilor. Renunțarea la îngrășămintele nocive nu este deloc dificilă, elementele organice pe care le pot aduce compostul sau mulciul sunt suficiente pentru a acoperi nevoile nutritive ale solului și ale plantelor.

Lucratul solului – prășirea, săparea, greblarea – trebuie să se realizeze cu blândețe, pentru a perturba cât mai puțin posibil organismele din sol și habitatele lor. Cu cât solul este mai mult alimentat cu materii organice, cu atât este mai hrănitor pentru plante – ideal este ca acesta să nu fie întors în timpul lucrărilor agricole. Totuși, săparea frecventă permite aerarea solului, diminuează numărul de udări necesare, ajută la dezvoltarea rădăcinilor și la controlarea creșterii plantelor nedorite. Când aerul este prea umed sau prea uscat, nu se lucrează solul pentru a evita distrugerea structurii sale.

Factori patogeni și maladii	Remediu
Păianjeni	usturoi
Afide/păduchi de plante	usturoi, roșii, alcool denaturat
Bacterii	usturoi
Omizi	absint, roșii
Buburuze	alcool denaturat
Fungi	propolis, coada calului
Melci	cenușă de lemn, bere
Mucegai	usturoi, coada calului
Paraziți animali în general	urzică
Mucegaiul pufos	mușețel, coada calului
Rugină	usturoi, coada calului

Mulciul permite stoparea creșterii plantelor nedorite, limitează evaporarea apei, protejează plantele de condițiile meteo nefavorabile (raze de soare prea puternice ori ger) sau de eroziune, și hrănește organismele din sol. Procedeu constă în acoperirea solului cu materiale de origine vegetală (paie, frunze, deșeuri de grădină, bucăți de crengi, rumeguș etc.), tăiate sau rupte în bucăți mici. Pentru plantele tinere se recomandă acoperirea solului cu un mulci de o grosime de aproximativ 2-3 centimetri și apoi completarea pe măsură ce planta se dezvoltă până la o grosime între 7 și 10 centimetri.

Rotația plantelor are drept consecință menținerea fertilității solului. Rotația culturilor permite o extragere mai puțin excesivă a elementelor nutritive ale solului și evitarea dezvoltării anumitor boli sau atacuri ale insectelor. Așadar, este indicată alternarea speciilor care au nevoie mare de nutrienți, cum sunt roșiile, cartofii, prazul, vinetele, dovleceii sau varza, cu plante care au mai puțină nevoie, precum morcovii, ridichile, sfecla, spanacul, sau foarte puțină nevoie de elemente nutritive – ceapa sau usturoiul, de exemplu.

Asocierea plantelor, în funcție de influențele nefaste sau favorabile în vecinătatea altor plante, este importantă de avut în vedere. Asocierea plantelor complementare permite, de exemplu, protejarea acestora împotriva insectelor dăunătoare.

Împiedicarea apariției organismelor nefaste este posibilă fără utilizarea pesticidelor. Tabelul alăturat oferă informații cu privire la ce se poate utiliza împotriva celor mai importante posibile maladii ale plantelor. Soluții alternative naturale sunt foarte la îndemână, ușor de preparat și de folosit:

Usturoiul: se prepară o infuzie din 50 g de usturoi pentru un litru de apă. După ce se filtrează, se diluează o parte de infuzie cu patru părți de apă și se aplică timp de mai multe zile în plin soare, la baza plantelor.

Mușețelul: se pregătește o infuzie din 50 g de flori și un litru de apă. Înainte de a se folosi se diluează cu nouă părți de apă. Protejează împotriva dăunătorilor și întărește plantele.

Cenușa de lemn: pulverizată pe frunzele de varză și de ridichi sau în jurul tulpinilor plantelor tinere, împiedică apropierea dăunătorilor. De asemenea, sporește fertilitatea solului.

Coadă calului: stimulează creșterea plantelor și le întărește rezistența împotriva diverșilor paraziți animal și vegetali. Se pregătește o soluție din 20 g de plante uscate pentru un litru de apă, la care se adaugă 5-10 g de silicat de sodiu. Înainte de utilizare se diluează cu 9 părți de apă și se aplică în plin soare.

Urzica: se prepară un macerat, folosindu-se 20 g de plante uscate sau 100 g de plante verzi pentru un litru de apă. După două săptămâni se filtrează și se diluează cu nouă părți de apă și se aplică prin pulverizare.

Favorizez biodiversitatea plantând specii și varietăți adaptate regiunii mele, de preferință locale și, în măsura în care este posibil, varietăți străvechi și soiuri tradiționale.

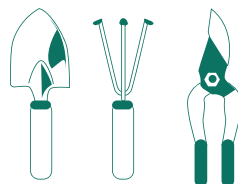
Mentținerea biodiversității este indispensabilă bunei funcționări a ecosistemelor și furnizează numeroase bunuri esențiale (hrană, medicamente, lemn, textile etc.). În funcție de practicile folosite, o grădină urbană poate contribui la păstrarea biodiversității specifice ecosistemului local.

Utilizarea semințelor de specii indigene și tradiționale este o practică cu însemnătate pentru agricultura sustenabilă. Astăzi, marile companii agrochimice domină trei pătrimi din piața globală de semințe. Majoritatea varietăților tradiționale sunt subiectul unor restricții legale absurde care nu permit recultivarea unei semințe păstrate sau multiplicarea lor de către țărani. Dacă nu aveți rude și prieteni la țară și nu cunoașteți alte surse sigure pentru astfel de semințe, apălați la Asociația EcoRuralis din Cluj Napoca sau la Banca de gene de la Suceava, pentru furnizarea de semințe tradiționale.



www.ecoruralis.ro www.svgenebank.ro

Plantarea de specii melifere, respectiv a plantelor al căror nectar este folosit de albine pentru fabricarea mierii, are capacitatea de a atrage insecte precum



fluturii, viespile și albinele, care, prin prezența lor, favorizează polenizarea florilor. Speciile melifere sunt numeroase, de exemplu majoritatea pomilor fructiferi, menta, salvia, lavanda, măghiranul. Acestea pot fi întâlnite cu ușurință într-o grădină urbană.

Favorizarea habitatelor pentru anumite animale cu ajutorul unor scânduri de lemn, pietre, frunze moarte sau al altor materiale disponibile prin care se pot realiza adăposturi pentru faună.

Practic compostarea – o alternativă excelentă pentru îngrășămintele sintetice. Compus doar din materii organice provenite din descompunerea elementelor vegetale, compostul permite reciclarea și reutilizarea deșeurilor organice și ajută la creșterea plantelor îmbogățind calitatea nutritivă a solului.

Legumele din grădină absorb elementele nutritive din sol. Pentru compensarea acestei absorbții este nevoie de aporturi de îngrășămintă. Bine descompus după aproape doi ani, compostul trebuie să fie folosit cu parcimonie (doi litri pe m² pe an) și trebuie amestecat cu solul de suprafață. Pentru a ne da seama când este compostul realizat și gata de întrebuițare, există câteva indicii evidente. Trebuie analizate (în interiorul compostului, nu în straturile superioare, recente) următoarele elemente:

Culoarea: brun-închis, asemănătoare lutului; dacă este o culoare verde-gălbui, compostul nu este gata;

Mirosul agreabil: trebuie să simțim mirosul teluric al humusului, și nu al ingredientelor pe care le-am introdus în compost;

Aspectul: omogen, cu o textură de tip cocoloș, fină, în care elementele pe care le-am introdus nu pot fi distinse, cu excepția deșeurilor care nu se descompun (cum sunt cojile de ou) sau a celor care se descompun foarte greu (precum bucățile de lemn sau tulpinile de varză). Aceste resturi de deșeuri pot fi păstrate pentru un nou ciclu de compostare.

Un compost maturat poate fi folosit pentru numeroase efecte benefice asupra solului și asupra plantelor:

Ca îngrășămintă organică: mărește nivelul materiei organice din sol și îmbunătățește capacitatea de retenție a apei și porozitatea solului, controlând eroziunea. Trebuie aplicat în cantități mici (1 până la 5 l pe m²) și apoi încorporat în stratul superficial al solului prin prășire (o profunzime între 5 și 15 cm).

Ca suport de cultură: contribuie la creșterea plantelor și le ajută să dezvolte un bun sistem radicular.

Folosesc apa de manieră responsabilă: întrucât apa potabilă nu reprezintă decât 1% din totalul apei planetare, în grădina urbană apa trebuie să fie folosită într-o manieră cât mai rațională, atât pentru planetă, cât și pentru plante, care, dacă sunt prea mult udate, pot muri.



Un sistem de udare a grădinii adaptat: trebuie evitată udarea de sus a plantelor, mai ales pentru cele cu frunze precum tomatele sau vinetele, care riscă să dezvolte boli dacă au frunzele ude. Prea multă apă dăunează rădăcinilor, provoacă boli și favorizează invazia plantelor nedorite în grădină. Udatul plantelor este, înainte de toate, necesar imediat după semănare, până când semințele germinează, după plantarea bulbilor și înainte de recoltă.

Prășitul ajută la înlăturarea crustei care se formează în jurul plantelor în urma ploilor sau udatului și facilitează astfel penetrarea apei în sol, în timp ce evaporarea apei este limitată. Un alt avantaj este o mai bună respirație a plantelor, ceea ce reduce apariția mucegaiului. De asemenea, prășitul permite înlăturarea plantelor tinere nedorite.

Udatul culturilor la momentul bun al zilei și cu frecvențe bune: nu udați solurile prea fierbinți și nici în plin soare, ci pe înserat sau la începutul zilei. Pentru favorizarea unei înrădăcinări în profunzime, e de preferat un udat bun săptămânal, în locul unui aport cotidian superficial de apă. Unele plante necesită puțină apă și rezistă la căldură, precum usturoiul, salvia, lavanda sau trandafirii. Informații mai precise, în funcție de fiecare specie de plante, trebuie verificate fie pe ambalajele semințelor, fie cerute de la distribuitorul de semințe sau analizate pe baza surselor disponibile pe internet.

Un bun humus acționează ca un burete. Hrănirea solului de către compost și frunze moarte mărește deci, capacitatea sa de retenție.

Asigur convivialitatea, dezvoltând un proiect de grădinărit care reprezintă un loc convivial și dinamic ce contribuie la revitalizarea cartierului și la bunăstarea locuitorilor.

În orașe sunt puține ocaziile de a ne întâlni cu vecinii sau de a cunoaște persoane noi în spațiile publice.

Grădinile urbane nu sunt doar locuri pentru practicarea grădinăritului, ci pot deveni spații de întâlnire și de consolidare a legăturilor sociale.

Exemple de activități care se pot realiza:

- Picnic în grădină;
- Ziua porților deschise pentru vizitatori;
- Târg de flori sau alte produse agricole;
- Schimb de semințe tradiționale;
- Vizite pedagogice pentru elevi;
- Ateliere practice pentru grădinari;
- Dezbateri între profesioniști despre practicile sustenabile de grădinărit.

Învăț despre plante pentru a înțelege cât mai bine nevoile și valențele lor și pentru a mă apropia de natură. Descifrarea mecanismelor naturii este fascinantă, iar activitatea de grădinărit este o oportunitate în acest sens, mai ales pentru cei care locuiesc în spații urbane.

TABELUL COMPATIBILITĂȚII PLANTELOR

	Usturoi	Busuioc	Sfeclă	Morcov	Varză	Castravete	Ceapă	Fasole	Bob	Salată	Vinete	Cartofi	Ardei	Mazăre	Roșii	Praz	Ridiche	Țelină	Spanac	Dovleac
Usturoi	•	•	•	•	×	•	•	×	×	•	•	•	•	×	•	×	•	•	•	•
Busuioc	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Sfeclă	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Morcov	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Varză	×	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Castravete	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	×	×	•	•	×	•	•	•	•	•
Ceapă	•	•	•	•	•	•	•	×	×	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•
Fasole	•	•	•	•	•	•	•	×	×	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•
Bob	×	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•
Salată	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Vinete	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Cartofi	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•	•	×	×	•	•	•	•	•	×
Ardei	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•	•	•	•
Mazăre	×	•	•	•	•	•	×	×	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•
Roșii	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•
Praz	•	•	•	•	•	•	•	×	×	•	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•
Ridiche	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•
Țelină	•	•	•	×	•	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•	•	•	•
Spanac	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Dovleac	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	×	•	•	•	•	•	•	•	•

compatibilitate • compatibilitate ridicată • incompatibilitate x

9.5. Permacultura

Termenul *permacultură* provine din contractia sintagmelor *agricultură* și *permanentă* și se referă la proiectarea unui habitat uman ecologic și a unui sistem de producere a hranei integrat armonios în mediul natural, imitând formele și modul de relaționare din microclimatul respectiv.

Permacultura este o ramură a ecologiei aplicate, care urmărește integrarea armonioasă a tuturor formelor de viață în sisteme agricole productive și regenerative, medii sociale corecte și consecințe economice prielnice. Designul de permacultură se bazează pe observarea modului de funcționare al ecosistemelor naturale și folosirea principiilor întâlnite pentru crearea unui agrosistem complex

în care elementele interacționează în mod benefic, producând un întreg a cărui valoare este mai mare decât suma părților componente luate separat. Pentru atingerea acestui scop, permacultura a fost fondată pe trei piloni principali: grija pentru natură, grija pentru oameni și împărțirea echitabilă a resurselor. Acest set de etici este punctul de pornire în abordarea oricărei situații și a dat naștere unei filozofii a colaborării cu natura, în locul competiției cu aceasta.

Accentul designului de permacultură cade pe o bună amplasare a elementelor în peisaj, astfel încât să poată oferi un maxim de beneficii ecosistemului, respectiv să minimizeze risipa, efortul uman depus, aportul de energie și

materiale din afară, conducând în final la un înalt nivel de sinergie.

Aplicabilitatea acestui design merge de la scară mică la scară mare. În lume întâlnim exemple de permacultură la nivel de grădină personală, grădină comunitară, grădină comercială, până la ferme de sute de hectare, proiecte de regenerare a mediului pe suprafețe mari și foarte mari, și chiar în organizarea satelor, orașelor, atât la nivel de ecosistem, cât și la nivel de organizare comunitară.

Implicând o diversitate cât mai mare de plante, integrând animale, folosind resurse regenerabile, amplasând fiecare element astfel încât să aibă funcții multiple, reducând sau eliminând risipa, folosind marginile și mai ales răspunzând creativ schimbărilor, se poate dezvolta un sistem stabil și rezilient cu efecte benefice, atât asupra mediului ca întreg, cât și asupra oamenilor implicați.

Permacultura este o disciplină cuprinzătoare, dar simplă în esență, fiind accesibilă oricărei persoane doritoare de o schimbare pozitivă și de apropiere față de natură.

www.permacultura.ro

Află mai multe:

Agricultura biodinamică este o metodă organică de a cultiva pământul, dezvoltată inițial de Rudolf Steiner, fondatorul antroposofiei, care constă într-o abordare holistică a procesului agricol. Una dintre primele mișcări pentru agricultură sustenabilă tratează fertilitatea solului, creșterea plantelor și îngrijirea animalelor, ca activități interrelaționate.

<http://antroposofie.ro>



Siguranța alimentară: când toate persoanele au acces permanent din punct de vedere economic, social și fizic la o alimentație suficientă, sigură și nutritivă, care le satisface nevoile nutritive și preferințele alimentare, pentru a le permite să ducă o viață activă și sănătoasă.

www.who.int/trade/glossary/story028/en

Suveranitatea alimentară: se referă la dreptul fiecărui popor de a-și determina sub formă autonomă politicile alimentare și agricole, fără a aduce daune altor persoane sau popoare.

<http://viacampesina.org>

Suveranitatea semințelor: dreptul fermierilor de a-și obține semințele din propriile culturi, de a le replanta, schimba sau vinde și care se opune drepturilor de proprietate intelectuală asupra semințelor, organismelor modificate genetic și monopolizării semințelor de către corporațiile transnaționale.

www.seed-sovereignty.org

Asociația Ecoruralis

www.ecoruralis.ro

Asociația Română de Permacultură

www.asociatie.permacultura.ro

Banca de gene Suceava

www.svgenebank.ro

Centrul de Informare asupra Organismelor Modificate Genetic

www.infomg.ro

Rețeaua WWOOF – Worldwide Opportunities on Organic Farms

www.woof.net; www.woof.ro





10. Sprijinirea rețelelor alimentare alternative

Bunicul meu obișnuia să spună că o dată în viață avem nevoie de un doctor, un avocat, un polițist și un preot, însă în fiecare zi, de trei ori pe zi, avem nevoie de un fermier.

BRENDA SCHOEPP

Gândește global, acționează local, unul dintre sloganurile cele mai populare din ecologia politică, se mulează perfect în experiențele care prind contur prin reconectarea orașenilor cu fermierii din proximitate. Această uniune se realizează pe baza satisfacerii uneia dintre nevoile primare, cum este hrana, dar deseori merge mai departe pentru a dezvolta sensibilizarea cu privire la principii precum: suveranitate alimentară, sustenabilitate, localizare.

Agricultura biologică, biodinamica sau permacultura sunt unele dintre formele prin care se poate practica agricultura sustenabilă, atentă și respectuoasă față de mediul natural și de sănătatea umană și capabilă să ofere produse bune, sănătoase și gustoase la un nivel satisfăcător pentru cererea venită din orașe. Un număr din ce în ce mai mare de persoane, prin intermediul consumului critic și conștient, se îndreaptă în aceeași

direcție, solicitând introducerea de norme etice în piața liberă și în modalitățile de producție alimentară, și posibilitatea unor alegeri conforme cu propriile valori.

Agricultura intensivă se bazează pe utilizarea fertilizatorilor chimici, a ierbicidelor, fungicidelor, insecticidelor, regulatorilor de creștere a plantelor și pesticidelor și este de asemenea asociată cu creșterea mecanizării agriculturii. Are efecte negative asupra mediului și asupra sănătății umane. Aceste efecte se manifestă în mai multe feluri:

- sărăcirea fertilității solului de-a lungul timpului (unele dintre cele mai fertile pământuri ale lumii au fost transformate în deșert prin aceste practici);
- contribuie la difuzarea organismelor patogene (din deșeurile animale);

- exportă pesticide și nitrogen către apele costiere, și eroziunea solului transportat ca sedimente în suspensie;
- distrugerea critică a unor habitate naturale;
- reducerea substanțială a biodiversității.

Folosim acum de 42 de ori mai multe pesticide decât în urmă cu 50 de ani și chimicalele utilizate sunt cam de 10 ori mai toxice. Sectorul agricol intensiv este responsabil într-o mare măsură de poluarea apelor de suprafață și de reziduurile de pesticide în apa subterană. Agricultura este responsabilă pentru aproximativ 50% din poluarea cu nitrogen a râurilor în Uniunea Europeană. Cu ajutorul apei de ploaie, fertilizanții chimici sintetici se scurg în râuri și ajung în apa noastră subterană. Rezultă astfel o acumulare de chimicale în sursele noastre de apă, distrugerea ecosistemelor naturale și

poluarea apei. Douăzeci și patru de miliarde de tone de sol de suprafață sunt pierdute la nivel global anual din cauza practicilor agricole intensive și abordate superficial. Ca dovadă clară a degradării mediului natural pe pământul arabil european, în ultimii 25 de ani, păsările asociate acestui tip de ecosistem s-au redus la aproape jumătate.

În același timp, paradoxal și absurd, pierdem mai multe recolte anual decât cele pe care le pierdeam înainte de începerea folosirii acestor tipuri de pesticide.

Rețele alimentare alternative se dezvoltă progresiv în din ce în ce mai multe țări, reflectând o mișcare care are ambiția nedeclarată și un potențial semnificativ de a schimba lumea și economia de la firul ierbii, prin mici schimburi cotidiene.



Sunt inițiative de scurtare a filierei consumator–producător, prin care se stabilește un raport direct de încredere între cel care produce și cei care consumă, în opoziție cu comerțul anonim și standardizat de mare distribuție.

În ceea ce privește istoricul acestui demers, originea este trasată în anii '60, în Japonia, în mișcarea unor femei care, preocupate de consecințele intensificării agriculturii, pentru a evita „otrăvirea“ familiilor lor, au decis să se grupeze și au creat primul Teikei. În aceeași epocă, experiențe comunitare similare s-au dezvoltat în Europa (Germania, Austria și Elveția), iar la mijlocul anilor '80 ai secolului trecut, conceptul a fost importat de SUA, unde ia numele de „Community Supported Agriculture“ (Agricultură Sprijinită de Comunitate). Odată cu anii 2000, fenomenul se propagă în toată lumea, iar în prezent în Japonia o familie din patru participă într-un Teikei, în Marea Britanie există peste 1 000 de grupuri, iar în SUA și Canada mișcarea regrupează peste 100 000 de familii.

Asigurarea unei diversități cât mai mari a produselor este unul dintre principiile de funcționare.

Consumatorii redescoperă prin aceste rețele gustul veritabil al produselor locale, de sezon.

Exemple de rețele:

- Agricultură Sprijinită de Comunitate (CSA – Community Supported

Agriculture) în țările anglofone și în Canada;

- Asociații pentru Menținerea Agriculturii Țărănești (AMAP – Association pour le maintien de l'agriculture paysanne) în Franța;
- Teikei în Japonia;
- Reciproco în Portugalia;
- Agricultură Solidară (Solidarische Landwirtschaft) în Germania;
- Agricultură la Scară Umană (Andelslandbruk) în Norvegia;
- Grupuri de Achiziții Solidare (GAS – Gruppi di Acquisto Solidale) în Italia;
- Agricultură Empatică în Bulgaria;
- Asociații pentru Susținerea Agriculturii Țărănești (ASAT) în România;
- Grupuri de Schimburi Solidare (GSR – Grupa solidarne razmjene) în Croația;
- Agricultură Contractuală de Proximitate în Elveția.

Cele mai multe dintre diferitele modele de rețele sunt reprezentate în rețeaua internațională Urgenci, sub forme de parteneriate locale și solidaritate între producători și consumatori. Diferitele rețele urmăresc să aducă împreună micii producători rurali și consumatorii urbani, pentru a recrea un raport fiduciar și solidar între oraș și sat și pentru a reduce fractura dintre mediul natural și societate, care s-a creat odată cu industrializarea și modernizarea agricolă.

Fiecare rețea are o anumită specificitate, însă, deși s-au dezvoltat în mare parte

independent, toate relevă, totodată, o clară similitudine în abordarea formelor de schimb direct între consumatori și producători. Se reflectă astfel faptul că, în mare parte, aceste experiențe au luat naștere ca reacție la industrializarea agriculturii, la comerțul risipitor și la transportul pe distanțe absurde al alimentelor pe care le consumăm, și din nevoia de a transpune, în numeroase părți ale globului, tematicile iscate din mișcările fermierilor.

Reprezintă forme de susținere a agriculturii naturale, biologice, practicate la scară mică, prin care se reevaluează rolul cultivatorilor, fiindu-le răsplătite mai bine meritele muncii și cunoștințelor tradiționale.

încurajând o gestiune corectă a teritoriului. Sunt practici prin care agricultorii au din nou un rol central în producția alimentelor, în timp ce orașenii își reînșușesc puterea de a alege în calitate de consumatori.

Pe scurt, prin intermediul acestor inițiative fiecare câștigă: agricultorii, prin câștiguri mai mari ca urmare a vânzării directe, cât și prin o recunoaștere și apreciere adecvată a muncii lor; consumatorii, datorită posibilității de a dispune de alimente proaspete de calitate, la un preț accesibil; comunitățile rurale, întrucât prin aceste schimburi se pune în mișcare un cerc virtuos pentru toată economia locală. Cum una dintre categoriile de consum cu cel mai mare impact asupra mediului natural este cea a consumului de alimente, cel mai mare câștigător este natura: prin adoptarea agriculturii sustenabile, prin reducerea distanței pentru transportarea alimentelor, prin aplicarea criteriului de

174

Aceste experiențe de filieră scurtă favorizează, totodată, aprovizionarea cu alimentele specifice locului, contribuind astfel la economia locală, dezvoltând simțul de apartenență la comunitate și



sezonalitate și anularea călătoriilor aeriene necesare pentru a aduce pe masa noastră alimente produse în cealaltă parte a planetei.

10.1. Teikei – modelul pionier japonez

Deloc întâmplător este faptul că germeii agriculturii naturale, sprijinită de comunitate, au apărut în Japonia, țară cu o lungă tradiție cooperatistă, în care astăzi aproximativ un sfert din populație este membru într-o cooperativă.

În a doua jumătate a anilor '60 a fost fondat primul sistem de tip Teikei – cuvânt care s-ar traduce prin *punerea amprentei țărănești pe alimente*. Eforturile inițiativelor Teikei au fost ulterior coordonate de Asociația Japoneză pentru Agricultură Organică, fondată în anul 1971 și de către Fundația Internațională pentru o Agricultură Naturală.

Scopul de la care s-a pornit a fost crearea unui sistem de distribuție alternativ, independent de piața convențională. Deși formele de dezvoltare diferă, Teikei reprezintă la bază un sistem direct de distribuție, bazat pe înțelegere mutuală a nevoilor consumatorilor și fermierilor și în care ambele părți furnizează muncă și capital pentru a susține sistemul. Nu este doar o idee practică, ci și o filozofie dinamică pentru a determina oamenii să gândească un trai mai bun pentru consumator și pentru producător deopotrivă, prin interacțiunea dintre ei.

Ca **particularitate**, Asociația Japoneză pentru Agricultură Organică s-a opus o lungă perioadă de timp certificării organice și intervenției guvernamentale, susținând autosuficiența, cooperarea și încrederea între consumatori și producători.

Principiile Teikei:

- **Principiul asistenței mutuale:** construirea unei relații prietenoase și creative, nu doar ca simpli parteneri comerciali;
- **Principiul producției planificate:** realizarea producției în funcție de planuri prestabilite pe baza înțelegerii între consumatori și fermieri;
- **Principiul acceptării produselor:** acceptarea de către consumatori a tuturor produselor oferite de fermieri;
- **Principiul concesiei mutuale:** stabilirea prețurilor în spiritul beneficiilor mutuale;
- **Principiul consolidării relațiilor de prietenie:** maximizarea contactului dintre parteneri, a comunicării, încrederii și respectului mutual;
- **Principiul autodistribuției:** administrarea distribuției, fie prin intermediul consumatorilor, fie de către producători;
- **Principiul gestiunii democratice:** ambele părți ar trebui să evite dependența de un număr limitat de lideri în activități și să încerce să participe democratic, cu responsabilități pentru toți membrii;
- **Principiul învățării:** conștientizarea importanței studierii chestiunilor legate de agricultură organică;

- **Principiul scării de grup potrivite:** menținerea unui număr limitat de membri în grupuri, pentru gestionarea adecvată;
- **Principiul dezvoltării constante:** recunoașterea faptului că începuturile sunt dificile și determinarea de a progresa constant, chiar dacă încet, spre scopul final al agriculturii organice și al unui trai durabil. (Asociația Japoneză pentru Agricultură Organică, 1978)

10.2. Agricultură Sprijinită de Comunitate – modelul anglofon

Agricultura Sprijinită de Comunitate a început în Statele Unite în anii '80, influențată de ideile europene cu privire la agricultură biodinamică, formulate de Rudolf Steiner. Doi fermieri europeni din Elveția și Germania au cofondat primul proiect agricol sprijinit de comunitate, intitulat Topinambur. Astăzi, chiar dacă funcționarea miilor de rețele variază de la un parteneriat la altul și a evoluat de-a lungul timpului, trei caracteristici comune grupurilor au rămas constante:

- emfază pe produse locale ale comunității;
- plata în avans sezonier a unei cotizații;
- livrări săptămânale către membri sau abonați.

Funcționarea parteneriatelor se bazează, de asemenea, pe patru condiții practice:

- fermierii cunosc nevoile comunității;

- consumatorii au oportunitatea de a-și exprima nevoile și limitările de ordin financiar;
- angajamentele dintre consumatori și fermieri sunt stabilite în mod conștient;
- nevoile fermierilor sunt recunoscute.

Primul pas în planificare este dezvoltarea unui grup coeziv de membri interesați să finanțeze bugetul necesar culturii unui sezon, pentru a primi alimente de calitate. Modurile de realizare a plăților și de distribuire a produselor variază destul de mult de la un parteneriat la altul. În cele mai multe dintre primele inițiative a existat un grup nucleu de membri, care să decidă și să gestioneze aspecte legate de marketing, distribuție, administrare și responsabilități. Aceste inițiative cu un grup nucleu de oameni responsabili au un mai mare succes.

Particularități

O variație a acestui model, din ce în ce mai comună, este cea a CSA-urilor de tip *mix and match* care funcționează ca la piață. În loc să se pregătească un coș standard de legume pentru fiecare membru în fiecare săptămână, membrii își umplu singuri coșurile în funcție de alegerile personale cu anumite restricții (numai un pepene de familie, de exemplu). Unii fermieri încurajează membrii să se servească din cele disponibile, lăsând deoparte produsele care nu-i interesează. Produsele care rămân sunt deseori donate unor bănci de alimente pentru nevoiași.

Sunt de asemenea oferite burse pentru cei care nu-și permit plata unui abonament complet și programe speciale cu oferte de lucru pentru membrii cu venituri scăzute (muncă la fermă în schimbul abonamentului). Majoritatea rețelelor americane organizează evenimente educaționale și sociale, precum picnicuri la fermă, porți deschise, vizite pedagogice pentru copii, evenimente caritabile etc.

10.3. Grupurile de Achiziții Solidare din Italia

Primul grup de achiziții solidare – GAS – s-a înființat în 1994, în regiunea italiană Emilia Romana. În anul 1999, când a avut loc prima întâlnire a membrilor, intitulată *Bio-logico Bio-etico*, existau deja 18 grupuri, pentru ca, începând cu anul 2000, inițiativa să se răspândească în întreaga peninsulă.

Estimările recente cu privire la numărul membrilor GAS depășesc numărul de 200 000, reflectând un succes considerabil. Fiecare familie membră cheltuie anual o medie de 2 000 de euro pentru cumpărăturile realizate prin intermediul unui astfel de grup. Încet, dar sigur, numărul persoanelor din Italia care schimbă direcția banilor dinspre magazinele de largă distribuție către schimburi comerciale bazate pe proximitate și contact direct este sporit.

Fiecare GAS are scopuri multiple: înainte de toate, cel de a promova conștientizarea consumatorilor cu privire la

rolul și puterea pe care o au; în al doilea rând, sprijină distribuția produselor locale (sau, dacă nu locale, certificate *fair trade*) care vin de la firme și/sau ferme care operează legal, cu respect față de muncitori și față de mediu; sprijină fermierii care produc organic; nu în ultimul rând, încurajează relațiile între producători și membrii GAS, solidaritatea și fraternitatea dintre ei. Așa cum menționează reprezentanții rețelei, un GAS poate fi descris prin trei adjective:

- mic, pentru a permite o organizare simplă și a putea favoriza relaționarea între membri;
- local, pentru că sunt interesați și responsabili cu privire la teritoriul;
- etic, pentru că sunt solidari cu membrii, producătorii și mediul natural.

Particularități

Abordarea cea mai etică: alegerea produselor și producătorilor este crucială și membrii sunt constant în căutarea de produse și de producători care corespund unor criterii etice foarte stringente.

Variatatea cea mai mare de produse: grupurile și relațiile stabilite în cadrul lor nu se limitează doar la produsele alimentare, ci s-au extins pentru a include toată aria de consum, de la cosmetice și textile, până la servicii bancare etice și oferte turistice responsabile. Cea mai mare vizibilitate și activitate de promovare prin intermediul rețelelor de GAS: ediția din 2012 a întâlnirii anuale Terra Futura din Florența a avut peste



80 000 de vizitatori și 550 de zone de expunere, 1 000 de speakeri, 230 de activități de animație, expoziții și ateliere, 4 000 de organizații reprezentate în cele 12 secțiuni tematice ale evenimentului și 600 de întâlniri în cadrul Bursei firmelor responsabile, care promovează noile oportunități pentru afaceri verzi și sociale.

10.4. Asociațiile de Menținere a Agriculturii Țărănești în Franța

Asociațiile de Menținere a Agriculturii Țărănești – AMAP – au obiectivul de a contribui la dezvoltarea unei agriculturi durabile și la promovarea unei economii solidare între oraș și sat. Un AMAP este o asocierie între un producător și un grup de consumatori, pentru susținerea agriculturii țărănești, având drept obiectiv prezervarea și continuarea activității fermelor de proximitate, într-o logică a agriculturii durabile.

Primul AMAP a fost creat în anul 2001, în Franța, și de atunci numărul a crescut sub formă exponențială, parteneriatele de tip AMAP fiind astăzi prezente în toate regiunile Franței. În 2012 existau mai mult de 1 600 de parteneriate care deserveau mai mult de 50 000 de familii și aproape 200 000 de consumatori.

Fiecare parteneriat reunește un grup de consumatori și un producător din proximitate, într-un parteneriat exprimat printr-un contract de

angajament, prin intermediul căruia fiecare consumator cumpără la începutul unui sezon o parte din producția agricultorului, producție ce îi este livrată periodic la un preț constant. Producătorul se angajează să furnizeze produse de calitate în acord cu principiile AMAP.

Principiile AMAP

- O producție de dimensiune umană, adaptată tipurilor de cultură și modului de creștere specifice contextului local;
- O producție care să respecte natura, mediul înconjurător și animalele: dezvoltarea biodiversității culturilor, fertilității solului, producerea fără îngrășăminte chimice de sinteză și pesticide, gestionarea economică a apei;
- O bună calitate a produselor: din punct de vedere gustativ, al sănătății și al mediului înconjurător;
- Sprijin pentru o agricultură țărănească locală;
- Solidaritate și legături active cu toți actorii locali implicați pentru a menține o agricultură durabilă și un comerț solidar;
- Respectul față de normele sociale, în raport cu angajații fermei, incluzând aici și personalul temporar (sezonier);
- Promovarea transparenței în actele de cumpărare, de producție, de procesare și de vânzare a produselor;

- Acompanierea producătorilor spre autonomie, înțeleasă drept capacitatea de a fi stăpân pe propriile alegeri;
- Proximitatea producătorului și consumatorilor este indispensabilă pentru o legătură directă între ei și pentru a favoriza circuitul cel mai scurt al produselor alimentare;
- Un parteneriat pentru fiecare producător și grupul său local de consumatori;
- Formalizarea și respectarea contractelor în fiecare sezon între consumatori și producători;
- Niciun intermediar între producător și consumator, niciun produs nu poate fi cumpărat de către producător și revândut consumatorilor;
- Stabilirea în fiecare sezon a unui preț echitabil între producător și consumatori;
- O informare frecventă a consumatorilor cu privire la procesul de cultivare a produselor;
- Solidaritatea consumatorilor cu producătorul în timpul incidentelor naturale;
- O participare activă a consumatorilor, exprimată inclusiv prin responsabilizarea față de creșterea numărului de aderenți;
- Sensibilizarea aderenților cu privire la particularitățile agriculturii țărănești.

Realizarea unui parteneriat AMAP se face la inițiativa unui grup de consumatori motivați, care dorește să susțină o agricultură țărănească de proximitate.

Acest grup trebuie să identifice un producător local care se angajează să respecte principiile generale ale AMAP. Odată identificat producătorul, grupul consumatorilor realizează o vizită la ferma agricultorului. În cele din urmă, consumatorii și producătorul vor stabili împreună un mod de funcționare în conformitate cu principiile acestei Carte AMAP, definitivând totodată și contractul.

Particularitatea modelului francez ține în primul rând de o mai mică flexibilitate în modurile de dezvoltare și de funcționare a parteneriatelor. De exemplu:

- respectul Cartei AMAP constituie condiția inițială pentru asocierea de tip AMAP între producător și consumatori, și sutele de parteneriate franceze s-au constituit pe baza acestei carte;
- toate produsele (legume, fructe, brânză etc.) trebuie să provină din exploatarea producătorului;
- niciun produs nu poate fi cumpărat și revândut;
- livrarea trebuie să se realizeze în mod direct de către producător;
- pe timpul vacanței, fiecare membru AMAP trebuie să își găsească un înlocuitor pentru preluarea coșului, la fel și în situația în care trebuie să renunțe la contract.

10.5. Asociațiile de Sprijin a Agriculturii Țărănești

În România, primul demers de succes de agricultură susținută de comunitate a

fost inițiat în 2008, în Timișoara, prin intermediul Centrului de Inițiative Etice și Solidare – CRIES.

Un grup ASAT reprezintă un parteneriat de solidaritate între consumatori din orașe și mici fermieri din proximitate, pe o rază de aproximativ 50 de km. Prin intermediul unui contract, fiecare consumator cumpără la începutul unui sezon o parte din producția agricultorului, producție care îi este livrată periodic la un preț constant.

Parteneriatele ASAT s-au inspirat din modelul francez al AMAP-urilor, adoptând principiile și cartea acestuia, și se pot dezvolta prin asocierea informală a unui grup de consumatori și un mic producător agricol, pe baza Cartei ASAT/AMAP. Parteneriate există astăzi în Timișoara, Cluj-Napoca, Arad, Oradea, Târgu Secuiesc și București.

Dacă ești interesat/ă fie să faci parte dintr-un grup, fie să inițiezi unul, scrie-ne un e-mail la contact@maibine.eu sau asat@cries.ro, pentru a cere informații și sprijin.

(RE)SURSE:

În limba română:

Parteneriatele ASAT în România



www.asat-romania.ro

Centrul de Resurse pentru Inițiative Etice și Solidare:



www.cries.ro

În limbi străine:

URGENCI – Rețeaua Internațională a proiectelor pentru Agricultură sprijinită de comunitate www.urgenci.net

Rețeaua AMAP

www.reseau-amap.org/amap.php

<http://miramap.org/-Les-AMAP-.html>

Asociația Japoneză pentru Agricultură Organică

www.joaa.net/english/teikei.htm#ch3-1

Rețeaua Grupurilor de Achiziții Solidare din Italia

www.retegas.org



11. Implicarea civică

First they ignore you, then they laugh at you, then they fight you, then you win.

Mai întâi te ignoră, apoi râd de tine, apoi se luptă cu tine, apoi câștigi.

MAHATMA GANDHI

De ce implicare civică?

Implicarea civică poate fi caracterizată în primul rând prin acțiune, prin înfăptuirea unor demersuri prin intermediul cărora comunitatea din care faci parte să aibă de câștigat.

Implicarea civică înseamnă și dorința de schimbare, întrucât observi în jurul tău lucruri, fenomene ori moravuri care nu sunt așa cum ar trebui să fie sau care necesită dedicare pentru fi a putea îndreptate ori îmbunătățite.

Implicarea civică presupune nu în ultimul rând punerea în valoare a calităților și a aptitudinilor tale acolo unde contează cu adevărat, în sânul comunității din care faci parte. Iar în eventualitatea în care tu crezi că nu ai asemenea atribute sau pur și simplu nu știi care sunt modalitățile prin care tu poți contribui la o schimbare în mai bine, este suficient ca tu să pui la dispoziție o parte din timpul tău și, alături

de oameni pasionați și preocupați ca tine, vei ajunge să îți descoperi potențialul.

Acest lucru este posibil deoarece, în momentul în care găsești motivația de a deveni un membru activ al comunității tale, atunci vei avea posibilitatea de a experimenta metode creative de a te implica și vei găsi cu siguranță ceva care să îți placă și să ți se potrivească din multitudinea de roluri pe care ți le poți asuma. În continuare vom aborda câteva dintre cele mai relevante metode prin care tu poți lua atitudine.

11.1. Voluntariatul

Una dintre cele mai răspândite forme de activism civic pe plan național și internațional este voluntariatul în cadrul unei organizații non-guvernamentale, asociații sau fundații. Această practică se referă la acele acțiuni care sunt întreprinse din proprie inițiativă în folosul altor persoane sau cauze, fără ca

ele să fie răsplătite prin bunuri materiale sau financiare. Argumentele pentru care o persoană s-ar implica în cadrul unei asemenea organizații sunt multiple și diverse.

Voluntariatul promovează în primul rând coeziunea socială, întrucât, prin diferitele acțiuni la care poți participa în calitate de voluntar, ai oportunitatea de a întâlni numeroși oameni din toate categoriile sociale, oameni cu care vei interacționa și crea legături în limitele pe care ți le definești. Tu ai libertatea de a alege ceea ce vrei să faci în cadrul unei organizații. Întrucât nu ești constrâns/ă în niciun fel să te implici în cadrul unei activități, ai posibilitatea de a lua inițiativa într-un domeniu care ție îți face plăcere sau care este inedit pentru tine, dar pe care vrei să îl experimentezi. Bineînțeles, asta nu înseamnă că odată ce ți-ai luat un angajament, din cauza posibilelor piedici care pot apărea pe parcurs, acesta poate fi lăsat la o parte fără niciun fel de considerente. Unul



dintre cele mai importante lucruri pe care ai șansa să le înveți în calitate de voluntar este responsabilitatea, pe care o poți deprinde doar dacă duci până la bun sfârșit acțiunile pe care tu singur ți le-ai asumat.

Prin voluntariat nu înveți doar ce înseamnă responsabilitatea, ci ai oportunitatea de a-ți însuși mult mai multe lucruri, teoretice, dar în special practice, întrucât acțiunea este de cele mai multe ori pusă în prim plan. Iar cum în zilele noastre teoria se dovedește a fi insuficientă pentru provocările pe care le întâlnim în calea noastră, această modalitate de implicare civică se poate dovedi a fi un bine-venit ajutor pentru tine, atât pe plan personal, cât și pe plan profesional.

Activitățile în care te poți implica și din care poți învăța depind de specificul organizației în care te înscrii, totuși sunt numeroase lucruri pe care le poți face în majoritatea instituțiilor. Ai posibilitatea de a învăța pașii pe care îi presupun organizarea unui eveniment, de la stadiul de idee până la obținerea feedback-ului ulterior desfășurării acestuia, fie că este vorba despre o proiecție de filme, un concert caritabil sau un atelier educativ. Te poți afla în postura de a-i învăța pe alții lucruri pe care tu însuși/însăși le vei aprofunda pe perioada în care vei fi voluntar/ă, ca urmare a dedicării oamenilor cu care vei colabora și a resurselor ce ți le pot oferi sau pot fi ei înșiși. Vei învăța să fii creativ/ă în momentul în care vei fi pus/ă în situația de

a găsi metode inedite de a atrage oameni sau de a-i informa cu privire la un punct de interes.

Oricare ar fi activitățile pe care le vei întreprinde, important este să descoperi că prin implicare și puțin efort tu poți produce o schimbare în mai bine în viața oamenilor din jurul tău și nu numai.

11.2. Grupul de inițiativă locală

Sunt însă cazuri în care o persoană nu găsește o asociație cu care să se identifice sau care să îi împărtășească viziunea sa ori modul în care o problemă poate fi rezolvată, și totuși dorința de a contribui la o schimbare pozitivă există.

184

Soluția pentru oricare dintre aceste situații poate fi oricând înființarea propriei organizații, totuși pașii necesari realizării acesteia pot descuraja o persoană care începe de la zero. Alternativa este alcătuirea unui grup informal, fără personalitate juridică, denumit generic *grup de inițiativă locală* sau *grup de inițiativă civică*. Tot ceea ce trebuie să faci este să aduni în jurul tău câțiva prieteni sau simple cunoștințe care să împărtășească cu tine cauza pentru care tu vrei să lupți, după care să începi să acționezi în acest sens. Un asemenea demers demonstrează și mai multă dedicare și disponibilitate de muncă și se potrivește de minune persoanelor întreprinzătoare, care doresc să fie independente. Iar diferențele dintre un asemenea grup și o asociație nou-înființată se rezumă în mod fundamental

doar la nivel juridic, întrucât dacă faci parte dintr-un grup de inițiativă ai posibilitatea de a învăța la fel de mult, de a împărtăși și de a beneficia de ajutorul celor din jurul tău, de a te bucura de aceleași oportunități.

Preia inițiativa și poți deveni un model pentru cei din jurul tău atâta timp cât ai încredere în forțele tale și demonstrezi devotament pentru o cauză în care mai mulți oameni cred, dar care nu au găsit curajul ori motivația necesară de a porni o campanie. Odată ce vei fi pornit, vei fi surprins de impactul pe care acțiunile tale le pot avea asupra persoanelor din comunitatea ta.

11.3. Adunările publice

O formă de acțiune directă, ce are potențialul de a aduna un număr mare de oameni, care altfel nu s-ar asocia, deși împărtășesc aceleași gânduri, nemulțumiri sau mize, o reprezintă *adunările publice*. La astfel de manifestații poți găsi persoane interesate să formeze un grup, sau să vă uniți forțele într-un colectiv sau coaliție mai mare. Mai mult, ai ocazia de a experimenta bucuria de a-ți exprima în mod public doleanțele, un drept care a fost câștigat tot în stradă și de care ar trebuie să facem uz de fiecare dată când situația o impune. Este important să nu uităm că astfel de manifestații pot fi pozitive, un prilej de interacțiune și solidarizare cu semenii noștri, de a învăța ce înseamnă cetățenia activă.

BESTE
ASU



TEIU' BESTE
IASU'


Tei-e simbolul nemurii
Eu va propun un haraki



În România, adunările publice sunt reglementate prin Legea 60/1991, cu modificări aduse în 2004, așadar, orice acțiune întreprinsă ar trebui să fie realizată doar după consultarea legii și asumarea consecințelor acțiunilor pe care dorești să le pui în practică. La fel de importantă este cunoașterea drepturilor pe care le ai, precum și a obligațiilor tale, dar și a forțelor de ordine, pentru a putea preveni orice fel de abuz.

Scopul

Demonstrațiile pot avea scopul de a servi unuia sau mai multor obiective, care depinde de mai mulți factori precum sincronizarea demonstrației, a problemelor implicate, de cine sunt organizate și ce a mai fost făcut înainte. Stabilirea unui scop concret este cu atât mai importantă cu cât acesta poate dicta forma pe care ar trebui să o ia demonstrația, către cine trebuie îndreptată și alte elemente esențiale. Printre obiectivele generale ale unor adunări publice se numără:

- Susținerea activă a unei cauze: îndemnarea publicului să privească un proiect de lege în mod (ne)favorabil, să li se prezinte idei, alternative, politici sociale sau servicii sau să acorde atenție nevoilor unui anumit grup de oameni;
- Sprijinul: pentru a exprima consensul sau solidaritatea cu o persoană sau cu un grup, cu o idee sau o politică asumată, sau cu o anumită problemă;
- Protestul: atunci când dorești să te pronunți împotriva unei nedreptăți,

a unui eveniment, a unei figuri publice sau a unui potențial incident;

- Contra-demonstrația: reprezintă răspunsul la o demonstrație deja programată de altă organizație sau mișcare antagonistă;
- Relațiile publice: atunci când îți propui să faci reclamă sau să așezi într-o lumină bună un eveniment, o organizație sau un anumit segment al populației;
- Acțiunea: pentru a atinge un anumit scop substanțial, preveni sau schimba un anumit eveniment, sau pentru a influența evoluția unor evenimente;
- O combinație a oricăror abordări dintre cele enumerate mai sus.

În practică, majoritatea adunărilor publice servesc mai multor obiective. Indiferent care ar fi acestea, cei mai mulți organizatori caută acoperirea demonstrației de către presă, de exemplu pentru a atrage atenția asupra cauzei lor.

Cele mai multe demonstrații, fie sunt pentru a sprijini o cauză, fie pentru a protesta împotriva cuiva sau a ceva. Diferența constă în intensitate, care poate avea un mare efect asupra formei și sincronizării demonstrației cu alte evenimente.

Tipuri de adunări publice

Adunările publice nu se rezumă strict la marșuri sau adunări statice, ci există mai multe forme de a demonstra în public. Unele, mai ales cele care se adresează unor probleme locale, punctuale, nu

necesită un număr mare de oameni pentru a fi eficiente. Altele nu ținesc în mod direct problema, însă folosesc umor, teatru sau alte metode pentru a sublinia ceva. Cele mai comune forme de adunări publice sunt:

- **Marșul și parada:** acestea sunt adunările publice cel mai des întâlnite, în care un număr de oameni se deplasează pe un traseu dintr-un punct reprezentativ în altul, pentru a sublinia devotamentul față de o anumită cauză.
- **Adunarea:** manifestații se întrunesc pe cont propriu într-un anumit loc, unde țin sau ascultă discursuri sau participă în alte activități, exprimându-și îngrijorările sau opiniile față de motivul care i-a reunit.
- **Pichetarea:** acestea au loc atunci când un grup de oameni cu mesaje specifice își exprimă nemulțumirile prin staționarea sau prin mersul în fața unei clădiri sau a unui edificiu care este ținta demonstrației lor.
- **Șederea (ocuparea):** într-o astfel de demonstrație, manifestații ocupă un spațiu într-o anumită clădire, o stradă, un parc etc. și se așază. Șederea poate fi acompaniată de discursuri sau de alte activități, sau poate fi tăcută. Uneori, poate implica intrarea fără permisiune pe o proprietate, prin urmare fiind ilegală.⁴⁹
- **Veghea:** este similară unei șederi și este de obicei silențioasă. Manifes-

tanții, în general, se adună pentru a atrage atenția sau pentru a fi martori la un eveniment sau o situație, pentru a ține minte sau pentru a onora o persoană sau ideile ei și/sau pentru a acumula forță și putere morală unii de la alții.

- **Teatrul de stradă:** folosirea actorilor (profesioniști sau amatori) ori a marionetelor, deseori în costume fantastice, pentru a discredita sau a râde de diferite personalități publice sau moravuri, datează cel puțin din vremea Greciei antice. Teatrul stradal poate fi eficient pentru că atrage atenția celor din jur și a presei.
- **Flash-mob-ul:** participanții se adună într-un loc public și efectuează o acțiune pregătită în avans, pentru o perioadă scurtă de timp (de obicei de câteva minute), după care se dispersează. Diversitatea de forme pe care le pot lua acțiunile întreprinse crește posibilitatea ca manifestarea să fie preluată de mass-media.

Argumente pentru adunări publice

Există mai multe modalități pentru a-ți atinge scopul pentru care lupți și crezi, astfel că alegerea de a realiza o adunare publică ar trebui să fie luată după ce sunt analizați mai mulți factori, cum ar fi istoria eforturilor făcute, amplasarea în timp a diferitelor evenimente, care este publicul țintă și ce anume se urmărește.

⁴⁹ Atunci când manifestații acționează într-un mod de care sunt conștienți că este ilegal, pentru a-și demonstra scopul într-un mod puternic, ori pentru a atrage atenția asupra imoralității sau erorii în legea sau norma (culturală) propriu-zisă, ei sunt angajați în nesupunere civică (sau dezobediință civilă).

Argumente pentru organizarea unei adunări publice ar putea fi:

- Alte metode nu au avut succes: o adunare publică ar putea fi necesară pentru atragerea atenției de care este nevoie pentru a garanta succesul inițiativei;
- Sincronizarea: perioada este una crucială, iar mesajul trebuie transmis într-un mod puternic în respectivul moment;
- Impactul asupra publicului: trebuie creată o imagine puternică și reală asupra conștiinței publice, iar o demonstrație bine plănuită și realizată poate crea acea imagine;
- Comunitatea din care faci parte trebuie motivată: impactul emoțional al unei adunări publice asupra celor care iau parte la ea poate motiva o inițiativă pe termen lung și să mențină oamenii muncind și plini de speranță, chiar și în timpul acelor

perioade când nimic nu pare să se întâmple;

- Pentru a atrage atenția publicului și a mass-mediei asupra unei probleme neglijate, asupra mișcării sau comunității din care faci parte: o demonstrație publică îi poate face pe oameni să fie conștienți de existența unei probleme, de nevoia de a face ceva pentru a o remedia și de prezența sprijinului pentru aceasta.

Cunoașterea drepturilor

Înainte de orice participare la o demonstrație dedicată unei mișcări sau unei cauze, este importantă documentarea cu privire la motivele care au dus la necesitatea creării unei adunări publice. Însă, măcar la fel de importantă este cunoașterea drepturilor pe care le ai în calitate de participant sau inițiator al unei astfel de manifestări.



În ceea ce privește adunările publice, esențială este citirea și înțelegerea legii care le reglementează, anume Legea 60/1991, amintită mai devreme. Cel mai important de reținut este faptul că în textul legii nu se menționează obligativitatea de a obține o autorizație pentru desfășurarea unei manifestații publice.

Dacă vrei să organizezi o adunare publică trebuie, eventual, să declari autorităților cu cel puțin trei zile înainte intenția de a desfășura un eveniment public și să obții un număr de înregistrare pentru nota de informare depusă. Dar, conform Art. 3 al Legii 60/1991, nu trebuie declarate în prealabil adunările publice al căror scop îl constituie manifestările cultural-artistice, sportive, religioase, comemorative, cele ocazionate de vizite oficiale, precum și cele care se desfășoară în exteriorul sau în incinta sediilor ori a imobilelor persoanelor juridice de interes public sau privat.

Totuși, în eventualitatea în care ai informații sau date despre posibilitatea unui eventual act de violență sau dezordine care ar putea apărea în cadrul manifestației, autoritățile pot fi anunțate pentru a proteja participanții.

La fel de importantă în relația cu forțele de ordine este cunoașterea drepturilor fundamentale garantate de Constituția României:

- Dreptul la apărare – garantat prin Art. 24 al Constituției;
 - Dreptul la liberă circulație – garantat prin Art. 25 al Constituției;
 - Dreptul la liberă exprimare – garantat prin Art. 30 al Constituției;
 - Dreptul la informație – garantat prin Art. 31 al Constituției;
 - Dreptul la participarea la întruniri publice – garantat prin Art. 39 al Constituției.
- Mai mult, conform legislației valabile în momentul scrierii acestui îndrumar, în calitate de cetățean ai:
- Dreptul la tăcere, adică de a nu da declarații și de a semna procese-verbale, conform Art. 143 din Codul de Procedură Penală;
 - Dreptul de a lăsat în libertate după legitimare, anume eliberarea după expirarea duratei de maxim 24 de ore de la luarea măsurii administrative a conducerii la sediul poliției în vederea legitimării și identificării, conform Art. 31 din Legea 218/2002;
 - Dreptul de a depune plângere împotriva abuzurilor exercitate de organele de poliție sau de forțele de ordine ale jandarmeriei, conform Art. 266-267 din Codul Penal;
 - Dreptul la servicii medicale de urgență, în cazul în care ești rănit. De asemenea, ai dreptul de a solicita un certificat constatator în urma expertizei medico-legale, conform Ordinului nr. 1134/2000;
 - Dreptul la asistență juridică, în cazul în care s-a dispus măsura reținerii, conform Art. 6 și Art. 43 din Codul de Procedură Penală;

- Dreptul de a înștiința familia sau avocatul în orice moment înaintea dispunerii măsurii de arestare preventivă, conform Art. 137 din Codul de Procedură Penală;
- Dreptul de a solicita daune, în cazul în care a fost luată în mod ilegal o măsură preventivă, conform Art. 5 din Codul de Procedură Penală;
- Dreptul de a fi informat cu privire la motivul reținerii, anume încadrarea juridică a faptei pentru care ești învinuit, precum și asigurarea posibilității de a te pregăti și a exercita dreptul la apărare, conform Art. 6 din Codul de Procedură Penală.

Protestul

O metodă foarte des întâlnită, cel puțin la nivel global, de a-ți afișa interesul sau dedicarea cu care tu susții o cauză este protestul. Întrucât este o formă de activism direct care are potențialul de a aduna un număr mare de oameni care altfel nu s-ar asocia, deși împărtășesc aceleași gânduri, nemulțumiri sau scop final și pentru că o astfel de adunare publică este fundamentală pentru o democrație, am ales să tratăm acest subiect separat, deși poate fi o activitate care poate fi folosită de către organizațiile non-guvernamentale sau grupurile de inițiativă.

Protestul facilitează implicarea cetățenilor în problemele de interes comun, iar această calitate a sa ar trebui să îl facă indispensabil pentru orice comunitate,

ori societate în ansamblu, care identifică o problemă. Iar demonstrațiile sunt o modalitate foarte bună de a asigura creșterea vizibilității cauzei pentru care tu lupți, având astfel posibilitatea de a atrage noi posibili activiști care să te susțină în viitor.

Puterea oamenilor stă (și) în numărul acestora, iar o cauză pe care tu o consideri ca fiind îndreptățită trebuie, așadar, susținută. Doar în acest mod cetățenii se pot solidariza unii cu alții, iar data viitoare când vei ieși în stradă pentru o problemă care te afectează pe tine în mod direct, vei avea șansa de a fi susținut de cei pe care tu, la rândul tău, i-ai ajutat.

În organizarea unui protest este important să fii la curent cu legislația în vigoare ce reglementează adunările



publice (protestul fiind doar o formă a acestora), însă la fel de important este să îți cunoști drepturile fundamentale garantate prin Constituție. Aceste informații îți vor fi de folos în organizarea unui protest, însă te pot ajuta și în cazul în care autoritățile sau alte grupuri perturbatoare pot interveni abuziv împotriva ta.

11.4 . Participarea publică

Participarea activă a cetățenilor în formularea politicilor publice este cea mai avansată etapă a unei relații eficiente între administrație și cetățeni. În acest mod, cetățenii participă la stabilirea agendei publice și/sau pot ei înșiși să sugereze opțiuni de politică publică sau de decizii publice, deși decizia finală rămâne cea a administrației.

Orice decizie a administrației publice locale are un efect asupra cetățeanului, fie că este legată de rețeaua de apă, străzi, gunoi, parcuri, clădiri, școli și spitale. Întrucât participarea cetățenească are un interes relativ nou, inițiativa procesului trebuie să revină

REȚINE!

- Solidaritate – printr-o acțiune de protest vei aduna oameni care în mod normal nu ar interacționa, dar care află că pot fi uniți de o cauză comună;
- Fii informat – în prezent, Legea 60/1991 reglementează adunările publice. Nu uita să te documentezi cu privire la drepturile tale – este în folosul tău.

într-o primă fază reprezentanților locali. Aceasta presupune un angajament puternic al liderilor locali față de participarea cetățenească, începând cu primarul și cu reprezentanții consiliului local.

În planificarea participării cetățenești, este util să tratăm cetățenii ca și cum ar fi clienți ai unei afaceri. Dacă cetățenii plătesc pentru serviciile administrației taxe și impozite, ei ar trebui să fie capabili să „cumpere” acele servicii de care au nevoie și pe care le doresc. Dacă administrația este plătită din aceste taxe și impozite, ar trebui să se străduiască să furnizeze servicii de cea mai bună calitate în cel mai eficient mod.

Implicarea publicului în procesul de luare de decizii nu înseamnă că decizia este luată de public, ci înseamnă că publicul interacționează cu administrația oferindu-și opiniile, sugestiile și comentariile cu privire la o anumită decizie politică publică, iar acestea sunt luate în considerare de către administrație în adoptarea deciziei finale. Decizia aparține administrației, care poate să o delege publicului în anumite cazuri.

Participarea publică, deși este esențială în cadrul unei democrații, nu este întotdeauna ușor de realizat. Câteodată sunt necesare voință politică, perseverență și o anumită dispoziție necesară educării, atât a autorităților, cât și a cetățenilor, pe tema responsabilităților ce le revin într-o democrație.

Commission européenne
Europese Commissie

MAKE
FRUIT
FAIR!

MEGA
CHEAP

MEGA
CHEAP

MEGA
CHEAP

MEGA
CHEAP

SALE

SALE

MEGA
CHEAP

SOMEONE ALWAYS
PAYS THE PRICE.

61,32

PEOPLE DEMAND
STOP UNFAIR
TRADING.

MAKE FRUIT FAIR!

MAKE FRUIT
FAIR!





Implicarea publicului în decizia publică sporește calitatea și aplicabilitatea deciziei, însă aceasta numai în cazul în care participarea este cu adevărat dorită și prețuită de către administrație. În cazurile în care participarea publică este făcută doar pentru a bifa cerințele legislative sau pentru a mima deschiderea și înclinațiile democratice, ea devine o pierdere de bani și timp, atât pentru administrație, cât și pentru public.

Prin intermediul sondajelor de opinie, al interviurilor, al focus-grupurilor, al întâlnirilor publice și prin intermediul altor tehnici de participare publică, autoritățile ar trebui să învețe cum se gestionează opiniile cetățenilor pentru a fi integrate în procesul de decizie.

Esența acestor idei de participare publică este o comunicare bidirecțională: de la administrație la cetățeni precum și de la cetățeni către administrație. O bună comunicare a administrației către cetățeni necesită timp și resurse, dar se răsplătește cu încrederea și înțelegera publică.

Reglementarea participării publice în România

Conceptul de participare cetățenească se bazează pe necesitatea consultării cetățenilor și exprimarea de către aceștia a opiniilor în legătură cu deciziile care se adoptă la diferite niveluri și de care ei pot fi afectați în mod direct sau indirect.

Informarea corectă a cetățenilor cu privire la drepturile lor și implicarea

autorităților în încurajarea comportamentelor participative sunt doi factori cruciali în ceea ce privește procesul de participare publică a cetățenilor în deciziile administrațiilor publice.

Dacă în România participarea cetățenească este un fenomen destul de izolat, acest lucru nu se datorează legislației (care permite și încurajează participarea publică), ci faptului că oamenii nu își cunosc drepturile pe care le au în relația cu instituțiile statului. Și, de asemenea, nicio mare parte a personalului din instituții nu este conștient de obligațiile care îi revin pentru a asigura implicarea cetățeanului în actul decizional.

Principalele legi care reglementează participarea publică în România

- **Constituția României:** dreptul la asociere, dreptul la informare și obligația autorităților de a informa, dreptul de a organiza și participa la mitinguri, demonstrații, dreptul la petiționare, obligația statului de a răspunde pentru prejudiciile cauzate, dreptul la inițiativă legislativă etc.;
- **Legea nr. 544/2001** privind liberul acces la informații de interes public: orice autoritate sau instituție publică, precum și orice regie autonomă, are obligația de a pune la dispoziția cetățenilor, în baza unei solicitări formulate verbal sau în scris (telefon, e-mail etc.) informații referitoare la propria activitate care nu intră în categorii precum: siguranță

națională, date personale, anchete judiciare etc.;

- **Legea nr. 52/2003** privind transparența decizională în administrația publică: ședințele autorităților sunt publice, la fel și dezbaterile; minutele întâlnirilor trebuie consemnate, arhivate și făcute publice; proiectele de hotărâri trebuie făcute cunoscute publicului cu 30 de zile înainte de adoptarea deciziei; la cererea unei asociații legal constituite, autoritatea inițiatoare este obligată să organizeze o dezbatere publică a proiectului de hotărâre;
- **Legea nr. 215/2001** privind administrația publică locală: principiul consultării cetățenilor în soluționarea problemelor locale; publicarea proceselor-verbale ale ședințelor de consiliu și ale hotărârilor cu caracter normativ; dreptul cetățenilor de a propune Consiliului Local sau Județean proiecte de hotărâri; obligația consilierilor locali de a organiza periodic întâlniri cu cetățenii și de a acorda audiențe; dreptul cetățenilor de a cere dizolvarea consiliului local;
- **Legea nr. 273/2006** privind finanțele publice locale: principiile, cadrul general și procedurile privind formarea, administrarea, angajarea și utilizarea fondurilor publice locale, precum și responsabilitățile autorităților administrației publice locale și ale instituțiilor publice implicate în domeniul finanțelor publice.

Avantajele elaborării participative a politicilor publice:

- Factorii de decizie înțeleg de la sursă felul în care oamenii sunt afectați de o anumită problemă și impactul pe care îl are politica publică asupra celor pe care îi afectează;
- Le oferă celor care iau decizia oportunitatea de a înțelege modul în care politica publică creată va funcționa la nivelul celor afectați;
- Participarea publică oferă administrației o varietate de perspective și idei de soluționare;
- Oferă posibilitatea de a concilia puncte de vedere divergente, evitând sau rezolvând tensiuni în comunitate;
- Poate să prevină eventuale conflicte;
- Asigură crearea unei baze de susținere pentru decizii mai puțin populare;
- Prin participarea publicului poate fi asigurată o mai bună monitorizare și evaluare a deciziilor și acțiunilor administrației.

Cum alegem metoda potrivită de consultare și participare activă în luarea deciziilor publice? Este foarte important ca metoda de implicare a cetățenilor în luarea deciziei publice să fie potrivită pentru scopul procesului (aflarea opiniei populației, identificarea unor probleme, evaluarea unor activități sau discutarea unei probleme concrete sau mai largi). Astfel, discutarea unei probleme concrete nu se va face printr-un sondaj de opinie, iar aflarea opiniei populației

NU BEM
PANI
NU BEM
GAZ





**PLANETA
NU AR TREBUI
SĂ SUPORTE
COSTURILE
MODEI**

cu privire la un anumit subiect nu se poate face prin ore deschise.

Adaptarea mesajelor și a metodelor folosite la caracteristicile factorilor interesați va crește nivelul de înțelegere a problematicii respective și se vor maximiza răspunsurile din partea factorilor interesați sau a publicului. De asemenea, adecvarea mesajelor și a metodelor folosite va scădea frustrarea, atât a celor implicați, care își vor înțelege utilitatea, cât și a factorilor decizionali, care vor vedea utilitatea procesului. Un aspect determinant pentru alegerea metodei de implicare se referă la subiectul care se dorește a fi adus în atenția publicului, astfel se vor lua în considerare:

- dimensiunea subiectului sau problemei;
- nivelul de cunoaștere a subiectului de către public;
- maturitatea publicului față de subiect;
- cât de controversat este subiectul;
- cine sunt cei pe care dorim să-i implicăm;
- cât de deschis se dorește a fi procesul sau cât de reprezentativ pentru întreaga comunitate;
- care sunt resursele alocate pentru metodele de consultare;
- timpul avut la dispoziție.

Află mai multe despre metodele de participare publică în Îndrumarul despre Participare Publică:

<http://maibine.eu/uploads/ghid-no-9-participare-publica.pdf>

11.5. Boicotul

Într-o economie de piață al cărei motor îl reprezintă consumul, boicotul se poate dovedi a fi un instrument foarte bun pentru a crea schimbări acolo unde găsim nereguli. De cele mai multe ori, această practică este folosită împotriva unei organizații sau a unei persoane și are potențialul de a se răspândi repede și la un număr mare de oameni.

Modalitatea prin care o astfel de acțiune poate avea succes o reprezintă cooptarea consumatorilor de a nu mai sprijini o companie – fie prin a nu mai folosi produsele sau serviciile sale, fie prin a distribui informații cu privire la daunele pe care le provoacă – până când anumite practici sau politici ale respectivei companii, care sunt aduse în atenția publicului și sunt în mod argumentat criticate, nu sunt schimbate. Aceste practici aduc un val de publicitate negativă care va contribui ulterior la diminuarea profitului companiei respective. Iar acesta din urmă efect poate reprezenta un motiv suficient pentru ca lupta pe care tu ai început-o sau la care ai contribuit să fie încununată cu succes.

Boicotul poate fi și un scop în sine, în momentul în care este folosit nu pentru a lupta împotriva unei companii anume, ci pentru a convinge consumatorii de a nu mai folosi un anumit tip de produs, din considerente etice, ecologice etc. (spre exemplu, utilizarea hainelor din blană de animal sau a becurilor clasice, cu incandescență). Această practică

poate avea, de asemenea, un impact pozitiv asupra cauzei pentru care lupti, în sensul în care cererea va scădea pentru produsele pe care alegi să nu le mai folosești, iar producătorii se vor reorienta către nevoile și opțiunile consumatorilor.

Oricare ar fi scopul boicotului, este important să oferi o alternativă etică și la îndemână pentru oameni, astfel încât actul în sine să nu fie dificil pentru cei care participă și în același timp să nu reprezinte o alegere mai proastă din punct de vedere al cauzei pentru care lupti.

11.6. Nesupunerea civică

O formă controversată cu privire la implicarea oamenilor în societate este nesupunerea civică, care presupune punerea în acțiune a unor acte nonviolente pentru a te opune unor norme impuse, considerate injuste.

Asemenea acțiuni nu sunt încurajate, utilizarea lor având consecințe legale. Totuși, acestea pot fi catalogate drept legitime, dacă le considerăm ca fiind instrumente de reglare a unor măsuri pe care cetățenii nu le aprobă, iar toate mijloacele legale disponibile au fost parcurse în prealabil, dar s-au dovedit a fi insuficiente pentru a regla problema.

Punctul forte al nesupunerii civice este caracterul nonviolent, reușind astfel să se diferențieze de orice formă de agresiune care poate impune o reacție similară din partea autorităților. Cel mai important lucru de reținut este faptul că libertatea noastră de a ne manifesta se oprește în

momentul în care începe libertatea celui de lângă noi, iar acest principiu este esențial pentru ca un act de nesupunere civică să poată fi înțeles și acceptat. Sunt mai multe motive care îi poate îndemna pe unii oameni să apeleze la asemenea tehnici. Sunt cazuri în care o persoană încalcă o lege pentru că o consideră imorală, pentru a atrage atenția asupra unor politici injuste sau deoarece consideră că un drept de-al său i-a fost refuzat sau încălcat în mod abuziv.

Subiectul acesta a fost foarte dezbătut în special cu privire la modalitățile prin care se poate exprima, dintre care amintim doar câteva exemple frecvent întâlnite: ocuparea unui spațiu public sau blocarea accesului într-o clădire, graffiti, manifestațiile spontane, exhibiționismul, refuzul de a plăti taxe etc. Oricare dintre aceste metode poate fi realizată individual, însă abordate în mod colectiv, ele vor beneficia de o mai bună vizibilitate și putere de convingere, sporind astfel impactul unei asemenea acțiuni.

Află mai multe:



www.asociatiacivica.ro



www.declic.ro



www.funky.org

Referințe

1. Agenția Internațională a Energiei (2011) *World Energy Outlook*: https://www.ief.org/_resources/files/events/2nd-iea-ief-opec-symposium-on-energy-outlooks/world-energy-outlook-2011.pdf, pagină web accesată pe 18 martie 2019.
2. Ariès, P. (2010) *La simplicité volontaire contre le mythe de l'abondance, Les Empecheurs de penser en rond*, La Decouverte, Paris.
3. Aries, P. (2007) *La dégradation du travail productif*, în *Entropia, Revue d'étude théorique et politique de la décroissance*, nr. 2, printemps 2007, Parangon/Vs, Lyon, pp. 98-110.
4. Baudrillard, J. (1998) *The Consumer Society: Myths and Structures*, Sage, Londra, Marea Britanie.
5. Bauman, Z. (2007) *Consuming life*, Polity Press, Marea Britanie.
6. Bauman, Z. (2005) *The Liquid Life*, Polity Press, Marea Britanie.
7. Bauman, Z. (1998) *Work, Consumerism and the New Poor*, Open University Press, Marea Britanie.
8. Bauman, Z. (1999) *Le coût humain de la mondialisation*, Hachette Littérature, Paris.
9. Bezanson, K. A. (1992) *The Collapsing vision of global development*, UNDP Conference in Bucharest, Romania, held on September 4–6, 1992.
10. Bonaiuti, M. (2007) *Degrowth and Politics*, disponibilă la <http://events.it-sudparis.eu/degrowthconference/en/themes/6Panel%20on%20macrosocioeconomics/Change%20of%20economic%20institutions%20Oslo/Bonaiuti%20M%20Degrowth%20Paris%20april%202008%20paper.pdf>, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
11. Boyle, D. și Simms, A. (2010) *The New economics, A Bigger Picture*, Earthscan, Londra.
12. Brăilean, T. (2011) *Teoeconomia. Religii Economice*, Editura Junimea, Iași.
13. Capra, F. (2004/1982) *Momentul Adevărului: știință, societate și noua cultură*, Editura Tehnică, București.

14. Charbonneau, S. (2011) *Au sortir de l'asphyxie des Trentes Glorieuses*, in Entropia, Revue d'étude théorique et politique de la décroissance, nr. 10, printemps 2011, Parangon/Vs, Lyon, pp. 92-98.
15. Chen, S. și Ravalion, M. (2008) *The developing world is poorer than we thought, but no less successful in the fight against misery*, Policy Research Working Paper of the World Bank.
16. Debord, G. (2001) *Societatea Spectacolului*, Fundația Concept, Samuel Tastet Editeur.
17. Duverger, T. (2011) *La Décroissance, Une Idée pour Demain*, Sang de la Terre, Paris.
18. Elgin, D. și Mitchell, A. (1977) *Voluntary Simplicity*, The Co-ecolution Quarterly, Summer 1997, lucrare disponibilă la http://www.duaneelgin.com/wp-content/uploads/2010/11/voluntary_simplicity.pdf, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
19. Elgin, D. (1981/2010) *Voluntary Simplicity. Toward a way of life that is outwardly simply, inwardly rich*, Harper, Londra.
20. Fromm, E. (1955) *The Sane Society*, Fawcet Premier, Greenwich.
21. Fromm, E. (2004) *The Fear of Freedom*, Routledge, Marea Britanie.
22. Gajardo, M. (2000) *Ivan Illich Prospects: the quarterly review of comparative education*, Vol. XXIII, no. 3/ 4. Paris, UNESCO International Bureau of Education, pp. 711-720, UNESCO: International Bureau of Education, disponibil la http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/archive/Publications/thinkerspdf/illiche.PDF, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
23. Gadrey, J. (2010) *Adieu à la Croissance, Bien Vivre dans un Monde Solidaire*, Alternatives Economiques, Paris.
24. Georgescu-Roegen, N. (1979/1975) *Demain la décroissance*, ed. by J. Grinevald and I. Rens, Lausanne, Ed. Pierre-Marcel Favre.
25. Gorz, A. (1989) *Critique of Economic Reason*, Verso, Londra și New York.
26. Hamilton, C. (2010) *Consumerism, self-creation and prospects for a new ecological consciousness*, in Journal of Cleaner Production, nr. 18, pp. 571-575.
27. Hamilton, C. (2003a) *Downshifting in Australia*, The Australia Institute, Discussion Paper Number 34, March 2003, articol disponibil la www.tai.org.au/sites/default/files/DP50_8.pdf, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
28. Hamilton, C. (2003b) *Downshifting in Britain. A Sea-Change in the Pursuit of Happiness*, The Australia Institute, Discussion Paper Number 58, November 2003, http://www.tai.org.au/sites/default/files/DP58_8.pdf, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
29. Hamilton, C și Dennis, R. (2005) *Affluenza, When too much is never enough*, Allen & Unwin, Australia.

30. Harari, Y. N. (2017) *Homo Deus. A brief History of Tomorrow*, Penguin Random House, Marea Britanie.
31. Jackson, T. (2009) *Prosperity without growth*, Earthscan, Londra.
32. Kant, E. (2000) *Réflexions sur l'éducation*, huitième édition, Librairie Philosophique J. Vrin, Paris.
33. Kempf, H. (2007) *Comment les riches détruisent la planète*, Editions de Seuil, Paris.
34. Kempf, H. (2010) *Pour sauver la planète, sortez du capitalisme*, Editions de Seuil, Paris.
35. Lafargue, P. (2011) *Le droit à la Paresse*, Editions Mille et Une Nuits, Franța.
36. Lasn, K. (2000) *Culture Jam, How to reverse America's suicidal consumer binge – And why we must*, Harper, New York.
37. Latouche, S. (2009/2004) *Survivre au développement*, Editions Mille et une nuits, Paris.
38. Latouche, S. și Harpagès, D. (2010) *Le temps de la décroissance*, Editions Thierry Magnier, Paris.
39. Latouche, S. (2011a) *William Morris, ou l'utopie réalisée*, in *Entropia, Revue d'étude théorique et politique de la décroissance*, nr. 10, printemps 2011, Parangon/Vs, Lyon, pp. 25-36.
40. Latouche, S. (2011b) *Décoloniser l'imaginaire. La Pensée créative contre l'économie de l'absurde*, Parangon/Vs, Lyon.
41. Latouche, S. (2011c) *Petit traité de la décroissance sereine*, Editions Mille et Une Nuits, Paris.
42. Latouche, S. (2011a) *William Morris, ou l'utopie réalisée*, în *Entropia, Revue d'étude théorique et politique de la décroissance*, nr. 10, printemps 2011, Parangon/Vs, Lyon, pp. 25-36.
43. Latouche, S. (2010) *Le pari de la décroissance*, Librairie Artheme Fayard, Pluriel, Paris.
44. Layard, R. (2011/2005) *Happiness, Lessons from a new science*, Penguin Books, Londra.
45. Lebow, V. (1955) *Price Competition in 1955*, în *Journal of Retailing*, Spring 1955, articol disponibil la https://www.academia.edu/21551517/Price_Competition_in_1955, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
46. Mayo, E. și Nairn, A. (2009) *Consumer kids, How big business is grooming our children for profit*, Constable, Londra, Marea Britanie.
47. Mill, J.S. (2005) *Despre Libertate*, Humanitas, București.

48. Morris, W. (1979) *Political writings by William Morris*, edited by A.L. Morton, Lawrence and Wishart, Londra.
49. Mumford, L. (1934/2010) *Technics and Civilization*, The University of Chicago Press, Chicago and London, SUA.
50. New Economics Foundation (2010a) *Growth isn't possible. Why we need a new economic direction*, New Economics Foundation, Londra.
51. New Economics Foundation (2010b) *21 hours*, disponibilă la <https://neweconomics.org/2010/02/21-hours/>, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
52. Pallante, M. (2009) *La decrescita felice, La qualità della vita non dipende dal Pil*, Edizioni de la Decrescita felici, Roma.
53. Ridoux, N. (2006) *La Décroissance pour Tous*, Parangon/Vs, Franța.
54. Russel, B. (2011) *În căutarea fericirii*, Humanitas, București.
55. Schumacher, E.F. (1973) *Small is beautiful*, Vintage Books, Londra.
56. Stiglitz, J. (2006) *Making Globalization Work*, Penguin Books, Londra.
57. Stiglitz, J. (2003) *Globalization and its Discontents*, Penguin Books, Londra.
58. Stiglitz, J. (2002) *There is no invisible hand*, în *The Guardian*, 20 decembrie 2002, articol disponibil la <http://www.guardian.co.uk/education/2002/dec/20/highereducation.uk1>, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
59. Veblen, T. (2009) *Teoria clasei de lux*, Co-lecția de Economie, Editura Publica, București. www.academia.edu/21551517/Price_Competition_in_1955, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
60. Vișniec, M. (2010) *Cronicile Ideilor Tulburătoare*, Polirom, Iași.
61. Wilkinson, R. și Pickett, K. (2010) *The Spirit Level: Why equality is better for everyone*, Penguin Books, Londra.
62. *** *Millennium Assessment Report, Living Beyond our Means: Natural Assets and Human Well-Being*, www.millenniumassessment.org, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.
63. *** *Raportul Stern – Stern Review, The Economics of Climate Change*: <http://sitere.sources.worldbank.org/INTINDONESIA/Resources/226271-1170911056314/3428109-1174614780539/SternReviewEng.pdf>, pagină web accesată la data de 18 martie 2019.

Acronime

AMAP

Asociație de Menținere a Agriculturii Țărănești

ASAT

Asociație de Sprijin a Agriculturii Țărănești

BM

Banca Mondială

CFC

Clorofluorocarburi

COP

Conference of the parties

DEEE

Deșeuri electrice, electronice și electrocasnice

FMI

Fondul Monetar Internațional

GAS

Grupuri de Achiziții Solidare

GES

Gaze cu efect de seră

IPCC

International Panel for Climate Change

LETS

Local Economic Trading Systems – Sisteme Economice de Schimb Local

MADR

Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale

NEF

New Economics Foundation

OMC

Organizația Mondială a Comerțului

OMG

Organisme Modificate Genetic

ONU

Organizația Națiunilor Unite

PET

Polietilentereftalat

PIB

Produsul Intern Brut

SEL

Système d'échange local – Sisteme de Schimb Local

UE

Uniunea Europeană

UICN

Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii



Editura Seneca
București, 2019