w w w . y o u t h x c h a n g e . n e t

youthXchange

Hacia estilos de vida sustentables

LA GUÍA
para Argentina

Manual de Educación para un consumo responsable

UNESCO
Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Programa
de las Naciones Unidas
para el
Medio Ambiente
PNUMA

Agradecimientos

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) agradecen el tiempo y el esfuerzo dedicado por las personas involucradas en la producción y comentarios sobre la Guía YouthxChange.

Esta publicación fue preparada por Méta (Asociación de Medios de Comunicación, Ecología y Tecnología), la División de Tecnología, Industria y Economía (DTIE) y del PNUMA y la División de Enseñanza Secundaria, la Enseñanza Técnica y Profesional (ED/STV/STE) de la UNESCO en colaboración con Consumers International.

Patrizia Lugo Loprieno autor de la Guía supervisó el equipo Méta para la 1ª edición 2002 (Madhavi Bhatt y Peter Williams) y para la actualización de 2006 (Ilaria Alegrozzi, Cristina Torri-Reynolds, y David Gerstein). El trabajo fue coordinado por Isabella Marras, Oficial de Programa del PNUMA-DTIE y Julia Heiss, Especialista de Programa de UNESCO – ED/STV/STE. Christine Knights y Alina Tugend de Consumers International proporcionaron asesoramiento y asistencia para 1ª edición de la Guía. Un agradecimiento especial a Bas de Leeuw, Jefe de Unidad de Estrategias y Servicios de Consumo y Producción Sustentables del PNUMA-DTIE, y para todo el personal del PNUMA-DTIE, por su apoyo en el proyecto y asesoramiento técnico.

En la Reunión de Expertos sobre la juventud, el consumo sustentable y estilos de vida celebrada en París, en noviembre de 2000, se presentaron los primeros borradores de la Guía. Esta experiencia fue impulsada por el PNUMA y la UNESCO para generar una fuente actualizada de información y educación sobre consumo sustentable para los jóvenes.

La traducción al español y adaptación de la Segunda Edición 2008, de la Guía para Argentina, fue realizada por la Asociación Consumidores Argentinos y el Instituto Argentino para el Desarrollo Sustentable (IADS). En todos los casos en que se mencionan y citan páginas de Internet en idioma ingles, se ha mantenido su denominación en dicho idioma para facilitar la búsqueda del material en algunos casos y por no poseer paginas en español en otros.

Desde su lanzamiento en 2002, la Guía YouthxChange ha sido traducida a más de 15 idiomas y distribuido en los cuatro rincones del mundo a través de asociaciones con organizaciones locales. Las traducciones de YouthxChange son realizadas por organizaciones con grandes motivaciones (públicas, privadas o sin fines de lucro) gracias a los cuales la Guía ha llegado a alrededor de 400.000 personas. Ellos son los verdaderos embajadores y ejecutores del proyecto. Ver la lista completa de los socios locales a continuación.

Esta segunda edición de la Guía YouthxChange imita la estructura de la primera de ellas, incluidas las nuevas entradas y modificaciones.

www...
youthxchange.net

Los socios YxC en todo el mundo.

Al 2007, la Guía YxC esta disponible en los siguientes idiomas:

> **Portugués** *(2003) - Sonae Comercio e Servicios; Istituto do Consumidor* [comunicacao@sonae.pt]; [dgc@dg.consumidor.pt]; [ana.cabral@ic.pt]

> **Coreano** *(Republic of South Korea, 2004) - Consumers Korea* [jokim@consumerskorea.org]

> **Castellano** *(México, 2004) - Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat); Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)*; [quejas@profeco.gob.mx]

> **Catalán** *(España, 2004) - Ajuntament de Barcelona* [recursos@mail.bcn.es]

> **Castellano** *(España, 2004) - Fundación Ecología y Desarrollo; Escuela Europea de Consumidores* [pbarrenechea@ecodes.org; eva@e-cons.net]

> **Húngaro** *(2004 and 2006) - Association of Conscious Consumers; Association for Environmentally Aware Management* [lewis@tve.hu; toth@kovet.hu]

> **Chino** *(China, 2005) - Cina Centre for Environmental Education; Broad Company* [mayufei@chinaeol.net]

> **Flamenco** *(Bélgica, 2004) - UNESCO Platform Vlaanderen* [info@unescovlaanderen.be]

> **Noruego** *(Noruega, 2005) - Ministry of Children and Equality; Ideebanken, Consumer Council* [oey@bld.dep.no]; [kirsten@idebanken.no]; post@forbrukerradet.no]

Prólogo

La Tierra se enfrenta a una grave crisis mundial. El desarrollo económico y social están imponiendo una carga insoportable a nuestro medio ambiente. Las ineficientes modalidades de consumo y producción, junto con la distribución desigual de los recursos, han ampliado la brecha existente entre el Norte y el Sur.

Se ha estimado que si todas las personas en el mundo consumen de la misma manera que lo hacen los países desarrollados, necesitaríamos el equivalente de 4 planetas extras.

Los jóvenes de hoy constituyen un grupo importante dentro de nuestras sociedades de consumo, y los hábitos que desarrollen ahora van a desempeñar un papel decisivo en el futuro respecto de los patrones de consumo. Sus decisiones como consumidores ejercen una creciente influencia en los mercados y estilos de vida. Por lo tanto, merecen especial atención en los esfuerzos para cambiar los patrones de consumo en sintonía con el desarrollo sustentable.

A medida que aumenta la conciencia ambiental de los países, el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), subraya la importancia y la urgente necesidad de un cambio en todo el mundo respecto a las modalidades y actitudes de consumo y producción.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) subraya el papel de la educación en la conformación de actitudes, valores y comportamientos, además del desarrollo de las capacidades, habilidades y compromisos necesarios para la construcción de un futuro sustentable.

A través de la guía YouthxChange, el PNUMA y la UNESCO muestran a los jóvenes que es posible para todos nosotros traducir nuestras aspiraciones por un mundo mejor en acciones cotidianas.

Achim Steiner
Director Ejecutivo PNUMA

Koïchiro Matsura
Director General UNESCO

> **Francés** *(Francia, 2005) - EKWO Magazine with Ministère de l'écologie et du développement durable* [monica@ekwo.org]

> **Italiano** *(Italia, 2005) - Veneto Region; Veneto Environment agency* [psalmaso@arpa.veneto.it]

> **Arabe** *(Dubai, 2005) - Emirates Diving Association; Ministry of Immigration; Knowledge and Human Development Authority* [ibrahim.alzubi@khda.gov.ae]

> **Euskera** *(Pais Vasco - España, 2006) - Basque Regional Government Industry authority; IHOBE (Environment authority)* [josebe-alonso@ej-gv.es]; [xabier.gonzalez@ihobe.net]

> **Japonés** *(Japon, 2007) - Hakuhodo LTD with Nippon express LTD* [satoru.mizuguchi@hakuhodo.co.jp]

> **Griego** *(Grecia, 2007) - Mediterranean Information Office* [alampei@mio-ecsde.org]

> **Esloveno** *(Eslovenia, 2007) - Ministry of the Environment and Spatial Planning* [Alenka.Burja@gov.si]

> **Filipino** *(Filipinas, 2007) - Young Artists Fellowship for the Environment* [yafe2004@gmail.com]; [laiden@yafe.ph]

Contenidos

06 El proyecto YxC
Los jóvenes en el mundo; El Rol de la información; PNUMA / UNESCO Iniciativas sobre jóvenes y CS

09 Haciendo foco en la educación
La Educación para un desarrollo sustentable, prioridades y acciones; países desarrollados y en desarrollo

11 Introducción al consumo sustentable
El concepto de CS, Factor 4 y Factor 10; Herramientas para el cambio

14 Cambiando a estilos de vida sustentables
CS: un tema multifacético cuestión; Hechos & datos; otros temas

17 Cuidate
Crisis alimentaria; la necesidad de mayor información; Cómo reducir los productos químicos? La polución del aire en las ciudades

21 Como moverse en la ciudad
Movilidad; las emisiones de carbono; La dependencia de los autos

24 De viaje
Impacto del turismo masivo; vacaciones sustentables

27 Reduce los residuos
Producción: hechos & datos; Ecodiseño; Las virtuosas 5 R's

34 Optimizá energía
Consumo: hechos y cifras; Las energías renovables, ahorro de energía

38 Pronostica el tiempo
Cambio climático, deterioro de la Capa de Ozono; Hechos & datos

42 Cuidá el agua
Consumo: hechos & datos; desequilibrios entre el Norte y Sur: un tema crítico

46 Compras responsables
Trabajo infantil; El derecho a la educación; condiciones de trabajo, desigualdades de género, los derechos humanos

52 Valorá la vida
Experimentos y crueldad en animales; Biodiversidad; Especies en peligro de extinción

57 Estar a la moda
Moda/introducción; La compra inteligente; Talleres de explotación obrera; Ropa Limpia

65 Actuá
Globalización, Elección informada, Aumento de la vigilancia de los consumidores; Inversiones socialmente responsables.

70 Descubriendo la aldea global
La alfabetización mediática; impacto de la publicidad; Tus derechos y obligaciones; Ídolos y audiencias

75 Sitio Web YxC

76 La Red: instrucciones para usarla
El trabajo en redes como una herramienta de aprendizaje; www.youthxchange.net; Áreas temáticas; Utilidades

81 Fuentes
Sitios web, libros, etc mencionados en la Guía; Poniendo las prioridades en perspectiva.

www...
youthxchange.net

El Proyecto YxC

"La esperanza prospera aun bajo las condiciones más inadecuadas."

[Alejandro Dolina, Escritor, Músico y Conductor radial argentino]

La población del mundo se espera que aumente en un 50% para el año 2050 llevando el total de personas en este planeta a unos 9 mil millones. Casi todo el crecimiento se prevé que tenga lugar en el mundo en desarrollo.

Esto pondrá una enorme presión sobre nuestros recursos naturales, la biodiversidad y el equilibrio ecológico del planeta. Necesitamos cambiar nuestra forma de ver nuestros recursos y, más importante aún, cómo los usamos. Promover el consumo sustentable es más urgente que nunca.

La mitad de la población mundial tiene menos de 20 años y el 90% de todos los jóvenes vive en países en desarrollo. La juventud es la parte interesada crítica en la economía mundial y será el principal actor y motor de cambio en un futuro próximo. Así, la energía, la motivación y la creatividad de los jóvenes activos son esenciales para estimular el cambio.

Esta Guía y las páginas web relacionadas con ella están destinadas a ser utilizadas como un conjunto de herramientas para ayudar a los formadores y profesores a incentivar a los jóvenes a que participen en la discusión y actúen con estilos de vida sustentables.

El objetivo final de YOUTHXCHANGE es el consumidor de clase urbana: a pesar de la enorme y creciente brecha en la calidad de vida entre los países desarrollados y los países en

YxC, *como nos referiremos a ella de aquí en adelante.*

www...
youthxchange.net

¿Es tuyo el futuro?
En el 2000, el PNUMA y la UNESCO entrevistaron 10.000 jóvenes (entre 18-25). El objetivo era abrir un diálogo con ellos sobre sus:

> niveles de conciencia e interés en Consumo Sustentable (CS)

> grados de compromiso con la sustentabilidad

> visión de futuro y su papel potencial como líderes en el desarrollo de un mayor número de patrones de consumo responsable

La encuesta reveló que los jóvenes eran ambivalentes en sus patrones de consumo. En particular, las respuestas:

> informan como principales preocupaciones para el futuro: ambiente, derechos humanos y la salud;

> comprenden el impacto del uso y disposición final de los desechos de los productos sobre el ambiente pero no de su comportamiento como consumidores;

> generalmente prefieren acciones individuales a la acción colectiva para mejorar el mundo.

Habida cuenta de los resultados, el PNUMA y la UNESCO concluyen que existe una necesidad de fiabilidad, claridad y accesibilidad en la información sobre el significado y los desafíos del CS entre los jóvenes.

El proyecto en linea:
[www.unep.fr/pc/sustain/youth/research-project.htm]

desarrollo, el consumo de los consumidores de clase urbana es bastante similar en todo el mundo. Los jóvenes se inspiran en los mismos modelos (las estrellas del pop, actores, héroes deportivos, etc) y ven un planeta casi homogéneo de productos y servicios. YxC se dirige a jóvenes de las zonas urbanas sin importar donde vivan.

La Guía ilustra acerca de que hay detrás de los productos y servicios y la importancia de elegir las opciones más sustentables para nuestra vida cotidiana. Sin embargo, con el fin de hacerlo más sencillo, nosotros - como consumidores - necesitamos:

> una **información** clara;
> **productos y servicios sustentables** que sean accesibles y asequibles;
> **infraestructuras** adecuadas.

Usando información accesible, ejemplos concretos y lenguaje cotidiano, la Guía proporciona numerosos hechos y cifras sobre cuestiones del Consumo Sustentable y destaca los vínculos entre factores culturales, geográficos e intergeneracionales. En particular YxC, subraya cómo el CS se relaciona directamente con la calidad de vida, uso eficiente de los recursos (tanto humanos como naturales), la reducción de residuos, y las cuestiones éticas como el trabajo infantil, el bienestar animal, el comercio justo y la igualdad en general.

CS, A partir de ahora también nos referiremos a el con sus iniciales.

Población de edad entre 15-24
Variación media (2005-2010)

Donde	Año	Miles	% de la población
África	*2005*	*188,597*	*20.8*
	2010	*207,688*	*20.6*
Europa	*2005*	*101,029*	*13.9*
	2010	*92,242*	*12.7*
América Latina	*2005*	*105,665*	*18.8*
	2010	*107,543*	*18.0*
Asia	*2005*	*711,633*	*18.2*
	2010	*737,388*	*17.9*
Norte América	*2005*	*46,818*	*14.2*
	2010	*49,255*	*14.2*
Oceanía	*2005*	*5,132*	*15.5*
	2010	*5,457*	*15.6*
Total Mundial	*2005*	*1,158,875*	*17.9*
	2010	*1,199,572*	*17.5*

Fuente:[http://esa.un.org/unpp/index.asp?panel=2]

www...
youthxchange.net

La Guía de entrenamiento YxC introduce cuestiones complejas llevando progresivamente al lector a través de temas ambientales y sociales relacionados con distintos aspectos de nuestras vidas.

Capítulos como *"Cuidate", "Como moverse en la ciudad", "De viaje" o "Estar a la Moda"* se refieren a nuestra salud, como comer o vestirse, como ir de vacaciones o como trasladarse en nuestras ciudades, etc. Estos capítulos muestran como estas acciones cotidianas tienen consecuencias directas e indirectas sobre nuestro ambiente y cuan importante es la elección de productos y soluciones que encontremos para satisfacer nuestras necesidades básicas influenciando en el mercado

YxC también tiene que ver con cuestiones más "tradicionales": los residuos, el cambio climático y el ozono, la energía, el agua, el trabajo infantil y los derechos humanos, el bienestar de los animales y la biodiversidad. Aquí la Guía examina el uso y abuso que hacemos de los recursos, las soluciones innovadoras para gestionarlos de manera más racional, y la importancia de respetar las personas y su potencial para ayudar a la sociedad a crecer.

Una mirada de la sociedad de consumo, sus mecanismos y el papel clave que los ciudadanos activos pueden tener en la conformación de su futuro se mira en las secciones *"Actuá"* y *"Descubriendo la aldea global"* .

www...
youthxchange.net

Red YxC - *No hay barreras lingüísticas para el cambio. Desde el 2002, la Guia YouthXchange ha sido traducida a 15 idiomas y en 2007 se tradujo a cuatro nuevos idiomas - japonés, esloveno, griego y filipino. De China a Italia de Lima o Dubai, el PNUMA y la UNESCO estiman que la Guía ha sido distribuida a más de 400.000 personas.*

El proyecto YouthXchange se ha convertido con los años en una red de organizaciones que persigue activamente la educación para el consumo sustentable y el trabajo a nivel local con los mismos materiales y un enfoque pedagógico comparativo.

El sitio oficial YxC está disponible en inglés y también en francés [www.youthxchange.net / fr]. *Algunos socios YxC también tienen su versión local del sitio: ir a* [www.youthxchange.org] *si usted habla coreano y* [www.jovenesporelcambio.net] *si usted vive en México.*

Los socios YouthXchange en todo el mundo han hecho que el proyecto sea una realidad y una prueba viviente de cómo valores complejos del CS se pueden transmitir a los jóvenes, mientras se divierten e intercambian ideas y experiencias.

Haciendo foco en la Educación

"La educación ya no podrá estar dirigida solo a la trasmisión de conocimientos e informaciones sino a desarrollar la capacidad de producirlos y de utilizarlos."

[Juan Carlos Tedesco, pedagogo argentino, Ministro de Educación 2008]

En diciembre de 2002, mediante la resolución 57/254, la Asamblea General de las Naciones Unidas proclama el período de diez años, que se inició el l° de enero de 2005, Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sustentable (EDS), (2005-2014) y designa a la UNESCO como organismo rector para la promoción de este Decenio. Como organismo rector de las Naciones Unidas en materia de educación, la UNESCO desempeña un papel clave en el establecimiento de normas de calidad en la educación para el desarrollo sustentable (EDS).

El objetivo final del *Decenio de la Educación para el Desarrollo Sustentable* es movilizar a todos y ver la EDS aplicada en numerosas situaciones locales concretas involucrando los principios del Desarrollo Sustentable en diferentes situaciones de aprendizaje.

Para ello se ha invitado a los gobiernos de todo el mundo a reforzar su contribución a la sustentabilidad haciendo foco en la educación, entendiendo que la Educación para el desarrollo sustentable contribuye preparando mejor a los ciudadanos para afrontar los desafíos del presente y del futuro, y a quienes toman decisiones para que, actuando de manera responsable puedan crear un mundo viable.

La Educación para el desarrollo sustentable es un concepto complejo que abarca cinco aspectos fundamentales: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser, aprender a vivir juntos y aprender a transformarse uno mismo y a la sociedad.

No existe ningún modelo universal de educación para el desarrollo sustentable: cada país definirá sus propias prioridades y acciones. Los objetivos, énfasis y procesos deben, por tanto, ser localmente definidos en función de las condiciones ambientales, sociales y económicas y adecuadas al entorno cultural.

La Educación para el desarrollo sustentable es igualmente relevante y fundamental tanto para los países desarrollados como en desarrollo.

Los valores que la EDS debe promover son los siguientes:

- El respeto por la dignidad y los derechos humanos de todas las personas en todo el mundo y un compromiso con la justicia social y económica para todos;
- El respeto de los derechos humanos de las generaciones futuras y un compromiso hacia la responsabilidad intergeneracional;
- El respeto y el cuidado por todas las formas de vida comunitarias, lo que supone la protección y restauración de los ecosistemas de la Tierra;

Fuente: [www.unesco.org/education/desd] [www.unesco.org/ccivs/New-SiteCCSVI/CcivsOther/esd/esd-presentation.htm]

> El respeto de la diversidad cultural y el compromiso de construir a nivel local y a nivel mundial una cultura de tolerancia, no violencia y paz.

Esto representa una nueva visión de la educación, una visión que ayuda a las personas de todas las edades a comprender mejor el mundo en que viven, abordando la complejidad y la interrelación de los problemas como la pobreza, el consumismo y la degradación del ambiente, el deterioro urbano, el crecimiento de la población, la salud, los conflictos y la violación de los derechos humanos que amenazan nuestro futuro.

Esta visión de la educación hace hincapié en un enfoque holístico e interdisciplinario para el desarrollo de los conocimientos y habilidades necesarias para un futuro sustentable, así como ciertos cambios en los valores, comportamientos y estilos de vida. Esto nos obliga a reorientar el sistema de la educación, sus políticas y prácticas con objeto de empoderar a todos, jóvenes y adultos, a tomar decisiones y actuar en forma culturalmente apropiada y relevante a nivel local para corregir los problemas que amenazan nuestro futuro común.

De esta manera, las personas de todas las edades estarán capacitadas para elaborar y evaluar las diferentes visiones de un futuro sustentable y enriquecer estas visiones a través de un trabajo creativo con los demás.

La visión fundamental del Decenio de la Educación para el Desarrollo Sustentable de la ONU es un mundo donde todos tengan la oportunidad de beneficiarse con la educación y aprender los valores, comportamientos y estilos de vida necesarios para un futuro sustentable y para una transformación social positiva. Esto se traduce en cuatro objetivos:

> Facilitar la creación de redes, vínculos, intercambios e interacción entre los interesados en la Educación para el Desarrollo Sustentable (EDS);
> Fomentar una mayor calidad de la enseñanza y el aprendizaje en la EDS;
> Contribuir a que todos los países progresen y alcancen los Objetivos del Milenio;
> Proporcionar a los países nuevas herramientas para incorporar la EDS en el diseño de sus reformas educativas.

youthxchange está en el corazón de esta iniciativa de la ONU, ya que este proyecto conjunto tiene por objeto promover estilos de vida sustentables.

Fuente: [www.unesco.org/education/ desd]

"Hacer real lo abstracto, y desarrollar las capacidades de los individuos y las sociedades para trabajar para un futuro sustentable es, en esencia, una empresa educativa."

www...
youthxchange.net

Entre las acciones que cuidan el ambiente, los jóvenes argentinos identificaron la educación y la información como aquellas mas prioritarias. A continuación, creen que la reducción de residuos y el cuidado del agua son problemas que también deben abordarse. Muy lejos, se encuentran acciones como comprar productos con etiquetas ambientales o el uso del transporte público como alternativa.

Encuesta realizada por Ipsos, M&A, (por encargo de la Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustenta, en el marco de su Estrategia en Consumo Sustentable) en 2006, a 1.200 argentinos y argentinas de 18 años y más, en grandes ciudades de la Argentina.

Introducción al Consumo Sustentable

"Las tendencias actuales en el consumo harán fracasar cualquier beneficio que la tecnología proporcione a menos que haya cambios radicales en la forma en que consumimos nuestros recursos."

[Barbara Young, Jefe Ejecutiva de la Agencia de Medio Ambiente UK, 2003]

El consumo sustentable (CS) trata de encontrar soluciones viables a los desequilibrios - social y ambiental– por medio de una conducta más responsable por parte de todos. En particular, el CS está relacionado con la producción, distribución, uso y disposición de productos y servicios. Proporciona los medios para repensar acerca de sus ciclos de vida. El objetivo es asegurar que se cubran las necesidades básicas de la comunidad global en su totalidad, que se reduzcan los excesos y se evite el daño ambiental.

El CS es un elemento integral del desarrollo sustentable y un tema de gran importancia para la ONU:

"El desarrollo sustentable es aquel que permite" satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las futuras generaciones para atender sus propias necesidades."

Esta definición que sigue siendo ampliamente aceptada hoy en día se origina en el Informe Brundtland (Gro Harlem Brundtland et al., Nuestro Futuro Común)

Los gobiernos, instituciones reguladoras, las organizaciones no gubernamentales y las empresas tienen la responsabilidad de proporcionar herramientas para el cambio. Sin embargo, el papel del consumidor/ciudadano a nivel global es esencial para movilizar a estos grupos a tomar acciones más rápidas y acertadas.

"El consumo sustentable trata sobre el poder de los individuos. Nadie está desamparado. Todo el mundo puede ejercer la opción de comprar o no comprar productos ecológicos. Esto en última instancia llevará a patrones de producción más sustentables."

Kofi Annan, ex- Secretario General de Naciones Unidas, New York, 29 April 2004.

El concepto de CS *es complejo y su definición es a veces difícil de entender*

La mayoría de las definiciones tienen las siguientes características comunes:

> *satisfacer las necesidades humanas básicas;*

> *favorecer una buena calidad de vida a través de niveles de vida dignos;*

> *compartir recursos entre ricos y pobres;*

> *actuar con la preocupación por las generaciones futuras;*

> *considerar el impacto "cuna a la tumba" al consumir;*

> *minimizar el uso de los recursos, los residuos y la contaminación.*

Para más información sobre esto: [www.unep.fr/pc/sustain]; [www.unesco.org/education/tlsf]

El PNUMA *está discutiendo el significado y las implicancias del CS con expertos de todas las regiones del mundo.*

A través de una red de CS, un foro de debate e intercambio de información abierto a las contribuciones de cualquiera y que puede ser consultada en:

[www.unep.fr/pc/sustain].

WWW... youthxchange.net

¿Querés saber más sobre CS? Visita [www.unep.fr/pc/sustain]; [www.unesco.org/education/tlsf/theme]

Esta es la razón por la cual dos organismos de las Naciones Unidas, la UNESCO y el PNUMA, han unido sus fuerzas para hacer que los jóvenes tomen conciencia de las oportunidades que ofrecen los estilos de vida más sustentables y darles la posibilidad de hacer la diferencia comenzando en su vida cotidiana.

Fuente: Teaching and Learning for a sustainable Future – *a multimedia professional development programme, UNESCO 2001* – www.unesco.org/education/tlsf/

Cualquier definición del CS pone énfasis en que consumir **menos** es a menudo una prioridad, pero no siempre es así. El consumo de manera **diferente** y **eficiente** es el reto fundamental. En muchos casos, la redistribución de la posibilidad de consumir es lo que se necesita.

Más de **2 millones de personas** en el mundo necesita más, sólo para sobrevivir:

PNUMA, Juventud y consumo sustentable, Nairobi/París, Octubre de 1999

"Muchas personas en el mundo necesitan consumir más tan sólo para sobrevivir. Muchos otros necesitarían hacer elecciones más responsables. Al fin y al cabo, esto significa que utilizando menos recursos y generando menos emisiones, se pueden atender las necesidades y los deseos de la población mundial."

Una forma de verlo es a través de los enfoques del **Factor 4** y del **Factor 10**, que sostienen que deberíamos ser capaces de vivir dos veces usando la mitad de gran parte de nuestros preciosos recursos en los próximos decenios. También debemos trabajar para

Ernst von Weisäcker, Amory B Lovins and L Hunter Lovins. Factor Four: Doubling Wealth, Halving Resource Use, Earthscan Publications, UK 1998; www.factor10-institute.org

www...
youthxchange.net

Los jóvenes argentinos identificaron como consumo responsable aquel relacionado con el consumo racional y consciente; la búsqueda del equilibrio de los pilares del desarrollo sustentable y el desarrollo económico que tiene en cuenta las generaciones futuras.

Datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Jóvenes realizada por el IADS en el marco de su programa de Jóvenes y Estilos de Vida Sustentables sobre una encuesta on line realzada a 800 casos de grandes ciudades argentinas.

El Kit de recursos del PNUMA en CS y Producción
- disponible en Inglés y francés - se compone de hojas de datos en 12 áreas clave de consumo: publicidad, diseño ecológico, energías, alimentos, vivienda, ocio, estilos de vida, movilidad, NICT, textiles, turismo y agua. Estas hojas de datos proporcionan información básica sobre el ambiente y / o los impactos sociales de estas áreas, así como ejemplos de buenas prácticas en todo el mundo, con consejos para los individuos, las empresas y las autoridades locales para poner los principios ambientales en práctica.

[www.unep.fr/pc/sustain/10year/SCP_Resource_Kit.htm]

multiplicar por diez la productividad de los recursos en los países industrializados para el año 2050.
La producción y los patrones de consumo deben ser más eficientes (al principio 4, luego 10 veces más) si queremos un más duradero e igualitario acceso a los recursos para todo el mundo.

Se reconoce, la importancia de adoptar y mantener estilos de vida y formas de trabajo sustentables, que permitan superar la pobreza disponiendo de los recursos de manera equitativa, para todos los habitantes del mundo, conservando y protegiendo los recursos naturales básicos para todas las formas de vida. En este sentido, el elemento adicional que incorpora el CS es la importancia de desvincular el crecimiento económico de la degradación ambiental teniendo en cuenta las responsabilidades comunes pero diferenciadas.

Se trata, entonces, de adoptar el consumo de productos que no dañen la naturaleza, que promuevan la reducción del uso de químicos peligrosos y la sustentabilidad y distribución equitativa de los recursos naturales. Su tratamiento posibilita que cualquier sociedad tome posiciones críticas, coherentes, responsables y solidarias y manifiesten actitudes positivas en sus acciones de compra, disfrute de bienes y uso de servicios seguros. Se trata de desvirtuar y dejar de lado cierto 'modelo cultural' que justifica la satisfacción inmediata de los siempre renovados impulsos sociales de consumo (Ghersi 2004).

Podemos decir que el consumo sustentable es, entonces, una nueva forma de consumir, que se opone al consumismo. Ella implica un nuevo consumidor: responsable, solidario y conciente de sus acciones y de la posibilidad de incidir en los hábitos sociales, económicos y ambientales. El consumo sustentable es a la vez un consumo crítico y un consumo ético. El consumidor crítico es aquel que se pregunta por las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado un bien o servicio, y exige calidad al mismo tiempo.

El consumo sustentable necesita ser incorporado como una actitud diaria, de modo de elegir y utilizar lo que se adquiere sobre la base de ciertos criterios, como la historia del producto, la conducta de la empresa productora, señalándole al mercado los métodos productivos que se aprueban y los que se condenan. Este mecanismo es un ejercicio de reflexión, que, formando un pensamiento crítico, permite tomar partido frente al consumo, erigirse como un consumidor activo, responsable e informado.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio *son ocho, que deben alcanzarse para el año 2015, y responden a los principales problemas de desarrollo del mundo. Los ODM son extraídos de las acciones y metas que figuran en la Declaración del Milenio que fue aprobado por 189 naciones- y firmada por 147 Jefes de Estado y de Gobierno durante la Cumbre del Milenio en septiembre de 2000.*
Los 8 ODM - la reducción de la pobreza, la sustentabilidad del ambiente, la mejora de la salud y la educación, la gobernabilidad, y la igualdad de género - se dividen en 18 metas cuantificables que se miden por 48 indicadores.
Consumo y Producción Sustentable (CPS) surgió a partir de 2002 en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable (CMDS) como un medio clave para alcanzar los ODM.

[www.undp.org/mdg]

Según un informe difundido por un grupo de ONGs, el estado de cumplimiento de los Objetivos del Milenio es altamente insuficiente y en el caso concreto de la pobreza no solo no se ha progresado, sino que, con la crisis financiera y económica desatada en octubre de 2008, puede agravarse aun más en los países en desarrollo.
Seria suficiente una inversión anual de 150.000 millones de dólares, casi la mitad de lo le ha costado al gobierno de los Estados Unidos salvar de la bancarrota a las empresas bancarias y aseguradoras de Wall Street, para cumplir con todos los Objetivos del Milenio en el año 2015.
Hoy, más que nunca, la aldea global debe reaccionar en conjunto y en nombre de todos sus integrantes.

Diario La Nación, octubre de 2008.

Cambiando a estilos de vida sustentables

"Los consumidores están cada vez más interesados en el mundo que se esconde detrás de un producto que compran. Aparte de precio y calidad, quieren saber cómo y dónde y por quién fue producido."

[Klaus Töpfer, ex Director Ejecutivo PNUMA]

¿Qué significa exactamente la sustentabilidad para nosotros como individuos? ¿Qué podemos hacer para ser más responsables? ¿Necesitamos todos hacer lo mismo? ¿Qué debemos hacer en primer lugar, salvar el ambiente o erradicar la pobreza? ¿Qué es lo primero, nuestra salud o la de la Tierra? Preguntas difíciles nunca tienen respuestas fáciles – ¡Así decían nuestros antepasados!

CS no es sólo una cuestión ambiental, sino que promueve un nivel de vida digno para todos. Es también un problema en un continuo estado de evolución en que las respuestas rara vez son directas. Sin embargo, hay una serie de elementos básicos que conforman todo el conjunto. Lo que sigue es un resumen de los temas y desafíos.

Cuanto más dañamos al ambiente, más nos ponemos nosotros mismos y las generaciones futuras en situación de riesgo. La salud del planeta es nuestra salud. Todos los días 50 especies vegetales se extinguen. ¿Cuánto es esto por semana, por mes, por año? Los científicos creen que las plantas son la clave para encontrar curas para muchas enfermedades. Por lo tanto, cada especie perdida no sólo causa daños irreparables a los ecosistemas, sino que también es una oportunidad perdida para nuestro futuro desarrollo.

Las cifras de GLOBAL FOOTPRINT NETWORK (Living Planet Report 2006) muestran que el ciudadano promedio del mundo requiere actualmente 2,2 hectáreas (una hectárea es igual al tamaño de un campo de fútbol) para producir lo que él o ella consume cada año y, luego, eliminar los residuos generados.

[www.footprintnetwork. org]
Ver también: Informe Planeta Vivo 2006 [www.panda.org /news_facts/ publications/ living_planet_report/ index.cfm]

www... youthxchange.net

Caso basado en el conocimiento: *como una cuestión de hecho, del mismo modo que muchas comunidades indígenas y las sociedades tradicionales siempre han utilizado el poder de la narración para transmitir valores y educar a las generaciones, hoy en día los grupos de base, las organizaciones no gubernamentales y otras organizaciones que trabajan en pro de la sustentabilidad, a menudo optan por entregar su mensaje a través de historias de éxito. YouthXchange toma parte en este esfuerzo mundial para producir un caso basado en el conocimiento poniéndolo a disposición en la web para muchas personas.*
El enfoque innovador de YxC radica en la forma en que los casos se presentan. De hecho, no son sólo mencionados con arreglo a un estricto formato, sino que son transversales a todo el cuerpo del conocimiento en la web. Los casos están destinados a ser no sólo descriptivos de una realidad de éxito, sino también a ofrecer una red de valores y principios que puedan ser reproducidos en muchas otras maneras. Por lo tanto, puede ser poderosa fuente de inspiración para los que lean y naveguen entre los casos e historias de éxito de YxC.

[www.youthxchange.net/main/ case-basedknowledge.asp]

Por lo tanto, ¿somos todos igualmente responsables? No, no realmente. Las disparidades entre los países son enormes. Un norteamericano consume en promedio 9,4 hectáreas por año, un europeo 4,8 hectáreas, un africano 1,1 hectáreas y un indio 0,8 hectáreas. Estas cifras son sólo un promedio ya que también hay grandes diferencias entre ricos y pobres en un mismo país.

El 20% de las personas más ricas del mundo consume casi el 75% de los recursos naturales del planeta. La riqueza de los 225 individuos más ricos del mundo es igual al ingreso anual del 47% de la población menos favorecida, o sea 2,5 mil millones de personas.

Esto también nos dice que la distribución del consumo está seriamente fuera de equilibrio. Toda la Guía YouthXchange ilustrará estos contrastes y algunas de las soluciones en aspectos específicos de nuestro estilo de vida.

Sólo para dar un ejemplo, mire los alimentos y la distribución de alimentos: mucha gente piensa que el planeta no produce lo suficiente para alimentar a su población. Incorrecto. La desigualdad en la distribución de alimentos es la principal razón por la cual hay más de 800 millones de personas desnutridas en el mundo de hoy.

Entre 2000-2002, el número total de personas desnutridas en todo el mundo había aumentado a 852 millones: 815 en los países en desarrollo, 28 millones en los países en transición y 9 millones en países industrializados. Fuente: [www.wfp.org/aboutwfp/introduction/hunger_what.asp?section=1&sub_section=1]

La huella ecológica *es una forma de medir el impacto de la demanda humana sobre la naturaleza. Se puede utilizar para comparar la demanda del ambiente de nuestro estilo de vida (alimentación, conducción, comprar cosas, etc) con la capacidad de la naturaleza de proporcionar lo que la gente consume.*
La huella mide nuestra presión sobre la naturaleza calculando la cantidad de tierra y mar necesaria para proporcionar los recursos necesarios y para asimilar los residuos producidos.

Esto nos permite analizar las consecuencias de las decisiones que tomamos en relación con el consumo, la producción, la tierra, asentamientos, o la gestión de residuos.
Según el Living Planet Report 2006 publicado por el WWF y producido por Global Footprint Network, la huella ecológica de la humanidad en 2003 ya era 25% mayor que la bio-capacidad del planeta. Este informe predice que si continuamos con las empresas como de costumbre, para el año 2050 la huella ecológica de la humanidad será el doble de la bio-capacidad del planeta. Básicamente, se necesitarían dos años para que el planeta regenere lo que usamos en un año!

¿Quiere calcular su huella de carbono?
Navega en [http://ecofoot.org] [www.huellaecologica.org]

www...
youthxchange.net

En cruel contraste, el desperdicio de alimentos es un problema común en las sociedades opulentas. En el Reino Unido, "un escandaloso 30-40% de todos los alimentos nunca se come; en los Estados Unidos el 40-50% de todos los alimentos listos para la cosecha nunca se comen. El impacto de estos residuos no es sólo financiero. Ambientalmente, esto lleva a:

> despilfarro de los productos químicos como fertilizantes y plaguicidas;
> más combustible utilizado para el transporte;
> más podredumbre de alimentos, creación de más metano - uno de los más nocivos gases de efecto invernadero que contribuye al cambio climático.

Por lo tanto, ¿es posible reducir el desperdicio de alimentos, su impacto ambiental y, al mismo tiempo luchar contra la pobreza? Los bancos de alimentos son una de las posibles soluciones al problema.

¿Con cuántas de estas cuestiones y soluciones nos enfrentamos todos los días en nuestras vidas?

El Principio 8 de la Agenda 21 oportunamente sugirió que, en aras de orientarse hacia el desarrollo sustentable y una mayor calidad de vida, los estados redujeran y eliminaran 'patrones insostenibles de producción y consumo'. En el caso argentino, hay tres niveles de gobierno: nacional, provincial y municipal, que ofrecen distintas formas de organización institucional y de intervención para enfrentar cuestiones relativas al medio ambiente. Aunque en el país no se ha ejecutado totalmente la Agenda local 21, se han tomado algunos principios o metodologías para acciones específicas.

Global FoodBanking Network (GFN) *- La paradoja del hambre es que millones de las personas más pobres del mundo carecen de adecuados recursos alimentarios, mientras que hay una enorme cantidad de excedentes de alimentos que se desperdician.*

El GFN trabaja para reducir el hambre en el mundo asegurando conseguir más alimentos y mejorar la capacidad de distribuirlos de manera eficiente a través de bancos de alimentos y redes en todo el mundo. GFN lanzó oficialmente sus operaciones el 1 de julio de 2006, fundada por America's Second Harvest, la Asociación Canadiense de Bancos de Alimentos, la Asociación Mexicana de Bancos de Alimentos y la Asociación Argentina de Bancos de Alimentos.

En conjunto, estas organizaciones forman la red privada más grande de lucha contra el hambre en el mundo, entregando 2,6 millones de libras de alimentos para ayudar a más de 32 millones de personas anualmente. En seis meses, GFN ha establecido alianzas de trabajo en Argentina, Canadá, Colombia, Ghana, Guatemala, Israel, Japón, Méjico, el Reino Unido y los EE.UU..

Hoy en día, hay unos 1000 bancos de alimentos en todo el mundo que distribuyen más de 3,5 millones de libras al año (70% de ellos son miembros de GFN, lo que representa el 85% de los alimentos distribuidos a nivel mundial). En promedio un banco de alimentos asiste a 40.000 personas, proporcionando aproximadamente 75 libras por persona cada año. Pero llegan a menos de 50 millones de los 852 millones de personas que padecen hambre… Es evidente que hay una necesidad de ampliar su alcance y crear más bancos de alimentos.

[www.globalfoodbanking.org]

Cuidate

"Si no tomamos conciencia del desastre ecológico que el hombre ha desatado en nuestro planeta las consecuencias serán terribles. (. . .) todos debemos comprometernos a luchar sin descanso por la rehabilitación del aire, el agua y la tierra."

[Rene G. Favaloro, médico argentino, precursor de la cirugía cardiovascular]

Salud es riqueza, reza un antiguo dicho. Cada vez más personas que están optando por estilos de vida más sanos. Preocuparte por tu salud también implica preocuparte por la salud del planeta. Los cambios en el estilo de vida benefician tanto al planeta como a uno mismo.

Los alimentos son un vínculo clave entre nosotros y el planeta. Un gran número de personas prefiere ya productos alimenticios más saludables, y producidos de manera que se ocasione un daño mínimo al entorno y se de un trato digno a los animales. Además, la gente desea que los alimentos que compra sean seguros y no tengan sorpresas desagradables.

Algunos años atrás, una serie de crisis relacionadas con los alimentos – enfermedad de las vacas locas (EEB), fiebre aftosa, dioxinas en los pollos – han llevado a los consumidores a mostrar un interés activo por opciones certificadas más sustentables: orgánicos, de granja, libre de organismos modificados genéticamente (OMG).

Al final, los que deciden son los consumidores. Los consumidores están exigiendo más información acerca de lo que se encuentra en las estanterías del supermercado - ¿estos tomates en lata contienen OMG? ¿La carne que quiero comprar ha sido inyectada con hormonas? Se trata de poder elegir. A algunas personas puede no importarles si hay OMG en sus alimentos, pero lo importante es que se proporcione la información adecuada que permita a la gente tomar sus propias decisiones.

La encefalopatía espongiforme bovina.

Organismos Modificados Genéticamente: hay en curso un acalorado debate sobre los OMG. Los consumidores conscientes deberían hacer lobby ante quienes toman decisiones para que apliquen el principio de precaución. Para más información: [www.foodbiotech.org]

Los posibles efectos deben ser plenamente investigados antes de que cualquier información pueda ser proporcionada.

Los consumidores y los agricultores restauran el vínculo

- Mercados generados por los agricultores se están convirtiendo en una buena alternativa de compra en muchas zonas urbanas de todo el mundo. Pueden estar agrupados como mercados de agricultores certificados o pueden tener lugar dentro de un régimen más informal. Sin embargo, el concepto común es que es un lugar donde los agricultores venden sus productos directamente al consumidor. [www.cafarmersmarkets.com]

Se pueden encontrar ejemplos en muchas ciudades. Para citar unas pocas: Chaville, France - Greentrade.net [www.greentrade.net/sp/default.html]; *London - London Farmers' Market* [www.lfm.org.uk]; *Milan - the Bio Market at Isola* [www.cantierisola.org/bio/index.htm]; *San Francisco - the Ferry Plaza Farmers' Market* [www.ferryplazafarmersmarket.com].

ASPEC, la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios *- ASPEC en 2003 inició una campaña contra el uso de bromuro de potasio en la producción de pan. La campaña fue un éxito y la Secretaría de Salud de Perú prohíbe usar esta sal en la preparación de todo tipo de productos alimentarios.*
El Bromuro de potasio (KBr) es una sal que fue utilizada como anticonvulsivante y sedativo en 1800. Hoy en día se utiliza en medicamentos para perros y gatos. Es un polvo cristalino blanco y soluble en agua. El bromuro de potasio diluido en una solución acuosa tiene gusto dulce y en concentraciones más altas tiene un sabor amargo, y cuanto más concentrado es más salado. El Bromuro de potasio no está aprobado por la Food and Drug Administration (FDA) de Estados Unidos y ha sido declarado peligroso para la salud humana por la OMC.

Fuente: [www.nutrar.com], [www.consumersinternational.org]

Paso a Paso

Come y bebe lo más saludable que puedas: más alimentos frescos, menos aditivos y menos alimentos procesados.

- Haz saber a tu supermercado que quieres que las **etiquetas** te den información suficiente sobre los alimentos que consumes.
- Prefiere los alimentos de temporada y **cultivados** localmente.
- Tratá de evitar la **carne** producida con métodos de cría intensiva.
- Informate acerca de alimentos **genéticamente modificados** (GM) y reglamentos conexos en su país.
- Tomá **suplementos dietéticos** sólo si verdaderamente los necesitas. Elejí los que estén elaborados con ingredientes naturales en lugar de las imitaciones químicas.
- Informate sobre los aditivos nutricionales identificados con la **letra "E"** más un número que dan color y sabor artificial a los alimentos.

Hay una campaña de la "Sustainable Agriculture Food and Environment Alliace" que controla las 'distancias recorridas por los alimentos" [www.sustainweb.org/chain_fm_index.asp]

En particular, evitar los colorantes E100 a 180, dióxidos de azufre E220, los antioxidantes E320 y E321, y el glutamato monosódico E621. Para saber más sobre estos números visita: [www.consumaseguridad.com; www.sinfronteras.org/naturalmente/]

Comer alimentos orgánicos o ser vegetariano son decisiones que las personas toman acerca de como quieren vivir, a menudo porque es parte de su cultura o porque desean estar más sanos. Estas opciones también son buenas para el medio ambiente, ya que la producción de carne tiene un mayor impacto ambiental y requiere más tierra de cultivo que las hortalizas.

Necesitamos 25/35 kg de cereales para producir 1 kg de carne roja: no comer carne, a raíz de una dieta, o reducir el consumo puede prevenir varios impactos ambientales [agua, suelo, energía, etc]. El pollo tiene un menor impacto ambiental que la carne roja: 15% menos de daño ambiental por porción.

Son capaces de descomponerse rápidamente por los microorganismos en condiciones naturales (aerobia y anaerobia). La mayoría de los materiales orgánicos, tales como los restos de alimentos y el papel son biodegradables.
Fuente: [http://glossary.eea.europa.eu/EEAGlossary]

El cuidado de nuestra salud también está estrechamente relacionado con los productos que usamos para limpiar y mantener nuestras casas y para nuestra higiene. Muchos de ellos contienen sustancias químicas que aumentan los ya elevados niveles de contaminación y no son biodegradables.

Las sustancias químicas peligrosas también se encuentran en el aire que respiramos. En 2030, por primera vez en la historia, más personas vivirán en las ciudades (61%) que en el campo. Desafortunadamente, la contaminación del aire se ha convertido en una de las características que definen la vida de la ciudad. La mala calidad del aire afecta la salud

El Ministerio de Salud de la Nación - *ha impulsado la creación en 2001 de la Red de Municipios y Comunidades Saludables con el objeto de "promover el intercambio de experiencias entre municipios y comunidades de todo el país" que fortalezcan "el desarrollo de políticas públicas saludables en el nivel local".*
Entre los principios que persigue la Red se cuenta el compromiso con políticas públicas saludables y la sustentabilidad.

www.salud.gov.ar

Productos químicos: la docena sucia llega a su fin! *- En mayo de 2001 representantes de unos 120 gobiernos confirmaron el Convenio de Estocolmo sobre "Contaminantes orgánicos persistentes"(COP), en el que se contempla la eliminación de este tipo de contaminantes, para lo que se estableció una lista de 12 sustancias prioritarias, la llamada "docena sucia" que incluyen el DDT, los bifenilos policlorados (PCB, siglas en ingles) y dioxinas, sustancias que deben ser eliminadas.*

El Convenio entró en vigor en mayo de 2004, y ahora cuenta con 98 países (97 Estados y la Comunidad Europea). Para saber más sobre los contaminantes orgánicos persistentes y el papel del PNUMA en la campaña vinculada con este Convenio en: [www.chem.unep.ch]

Investigadores del Laboratorio de Biología - *"Profesor E. Caviedes Codelia" de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL) y el CONICET detectaron niveles de contaminación causados por pesticidas organoclorados en la grasa subcutánea de un conjunto de aves pertenecientes a tres especies que habitan en las inmediaciones del Embalse La Florida, en la provincia de San Luis.*
Las especies monitoreadas –el Biguá (Phalacrocorax brasilianus), el Macá grande

Paso a Paso

Hay muchos pequeños pasos que podemos dar para reducir el uso de sustancias **químicas**:

- Informate acerca de los **productos de limpieza, artículos de tocador** y **cosméticos**. Averigua que contienen y que impactos ambientales producen.
- Utilizá **productos ecológicos**, **elaborados sin crueldad** hacia los animales siempre que sea posible, y utilizar siempre la cantidad mínima (en general un poco inferior a la recomendada).
- Pensá cuidadosamente acerca de cuan a menudo necesitas lavar tu **ropa**. Evitá limpiar la **ropa en seco**, los líquidos utilizados a menudo contienen sustancias químicas altamente contaminantes.
- Si debes utilizar **plaguicidas** para tu jardín, utilizá los menos nocivos.
- Cuando vayas al médico pregunta siempre si el **remedio** que te receta es el más suave entre los que son eficaces para tu dolencia.
- Revisá el armario en el que guardas las **medicinas** y llevá todas aquellas que estén vencidas a la farmacia para su eliminación. Las que todavía son utilizables pero que ya no necesitas, llévalas a las farmacias u hospitales que las recogen para las personas necesitadas.

Fuera de la meta - *Los pesticidas diseñados para matar las plagas generalmente son tóxicos para otras criaturas y también para los seres humanos. De acuerdo con el REACH - Registro, Evaluación y Autorización de Químicos, un programa de la Unión Europea, en los últimos 50 años, más de 75.000 productos químicos se han introducido en el ambiente. Hoy en día 300 sustancias químicas sintéticas se encuentran en los órganos de los seres humanos. Incluso los recién nacidos tienen sustancias químicas sintéticas que han pasado desde sus madres. Alrededor de 294.835 toneladas de plaguicidas que causan problemas reproductivos se utilizan anualmente, con cientos de millones de aplicaciones en nuestros hogares, y jardines. La Organización Mundial de la Salud (OMS) estima hoy que 200.000 personas mueren en todo el mundo, cada año, como resultado directo de la intoxicación por plaguicidas:* [www.pesticide.org]; [www.who.int/topics/pesticides/en].

No se ha probado en animales.

Los siguientes sitios web proporcionan más información: [www.pmac.net]; [http://ianrpubs.unl.edu/pesticides]

(Podiceps major) y el Benteveo (Pitangus sulphuratus)– tienen una amplia distribución en Argentina y Sudamérica.
Los pesticidas organoclorados están prohibidos en la actualidad en la Argentina y en la mayoría de los países del mundo. Durante años, fueron utilizados ampliamente por organismos del estado y por empresas y particulares como plaguicidas e insecticidas para controlar pestes en la agricultura, insectos vectores transmisores de enfermedades como la malaria o la enfermedad de Chagas e insectos en el hogar como moscas y mosquitos, entre otros usos.
Las características químicas y físicas que poseen los pesticidas organoclorados impiden que se degraden fácilmente, permanecen y se acumulan a través del tiempo, fundamentalmente en los cuerpos de agua y, dado que poseen efectos tóxicos muy importantes, pueden afectar la supervivencia y la reproducción de los animales, entre otras funciones.
La vía principal de ingreso de los compuestos organoclorados en las especies estudiadas es la alimentación. Dos de las aves elegidas, el Macá grande y el Biguá, tienen una dieta fundamentalmente a base de peces que se contaminan en el Embalse La Florida.
El Benteveo, en cambio, tiene una dieta más omnívora que también incluye insectos, algunos vertebrados, como pequeños peces, y material vegetal.
Los pesticidas al ser persistentes permanecen en los suelos de los lugares donde han sido utilizados, unidos a partículas que luego al ser removidas son dispersadas por los vientos. Estas partículas se depositan en las laderas de cerros u orillas de cursos de agua desde donde son arrastradas hasta los reservorios de agua. Tal es el caso del Embalse La Florida.

[www.agenciacyta.com.ar]

Paso a Paso

Todos debemos cuidar de nuestros cuerpos mediante la adopción de comportamientos saludables:

> Si usted puede optar, **camine** por el parque en lugar de ir por una calle principal.

> **Deja** de fumar o disminuye el número de cigarrillos.

> Recuerda hacer ejercicio con regularidad.
La buena **condición física** no puede almacenarse.

de la población mundial de manera alarmante, tanto en los países desarrollados como en desarrollo.

La contaminación del aire ha ocasionado un marcado aumento en el número de personas que sufren de asma y alergias en las zonas urbanas. En casos extremos los enfermos de asma no tienen otra opción más que permanecer dentro de su casas cuando los niveles de contaminación son elevados.

[www.who.int/topics/air_pollution_indoor/en/index.html]

Sin embargo, la contaminación química y biológica también afecta a los ambientes interiores y tienen efectos nocivos para la salud. Según el *Informe Mundial de la Salud 2002* la contaminación del aire es responsable del 2,7% de la tasa mundial de enfermedad.

Fuente: [www.epa.gov/iaq/pubs/hpguide.html] *EPA ofrece una amplia gama de información relativa a la calidad del aire en interiores: las fuentes de emisiones, los efectos en la salud, y las maneras de reducir la contaminación en ambientes cerrados.*
[www.epa.gov/iaq/index.html]

Estudios de la Agencia de Protección Ambiental (EPA) de Estados Unidos sobre exposición humana a contaminantes del aire en interiores indican que los niveles de contaminantes puede ser 2-5 veces, y, en ocasiones, más de 100 veces, superiores a los niveles que se encuentran al aire libre.

La República Argentina - *cuenta con 3 ciudades que superan el millón de habitantes: Area Metropolitana, Gran Córdoba y Gran Rosario; 4 ciudades de más de 500.000 habitantes y 26 ciudades de más de 100.000 habitantes.*

La tendencia del crecimiento poblacional, sin ordenamiento territorial, indica que esta situación se incrementaría en el futuro, acompañada por la localización inadecuada de industrias, la escasa disponibilidad de espacios verdes, el creciente parque automotor y problemas de tránsito, los que ejercerían su influencia en el ambiente global y en la calidad de vida. Hacia fines de 1994 se estimaba que un 26% de los transportes públicos de pasajeros, un 42% de los automóviles particulares y un 60% de vehículos de transporte de mercaderías que transitan habitualmente por la ciudad de Buenos Aires, excedían los límites de contaminación máximos aceptados. Se estima así que por cada 1.000 vehículos que recorren las calles, se liberan a la atmósfera diariamente 3 Ton de Monóxido de Carbono, 400 kg. de hidrocarburos y 240 kg. de Oxido de Nitrógeno. En Capital Federal y Gran Buenos Aires se concentran 4 millones de automóviles y se genera un total de 50 puntos geográficos cuya circulación es dificultosa. Se calcula que el 53% de los automóviles de Argentina se desplazan sobre el 1% del territorio.

Las zonas potencialmente más expuestas a padecer los efectos de la contaminación atmosférica generalizada son los grandes aglomerados, a saber:

> Capital Federal y Gran Buenos Aires
> Córdoba y Gran Córdoba
> Rosario y Gran Rosario
> Mendoza y Gran Mendoza
> La Plata y Gran La Plata
> San Miguel de Tucumán

Fuente: Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación – Unidad Coordinadora de Salud y Ambiente.

Tránsito en la Ciudad de Buenos Aires.

Como moverse en la ciudad

"Es el transporte lo que hará o romperá la sustentabilidad de una ciudad."

[Richard Rogers, arquitecto]

La movilidad siempre ha sido un elemento clave de la actividad humana y un área que se encuentra en constante cambio y evolución. A través de los siglos hemos visto cómo los modos de transporte se multiplican, crecen en tamaño y poder, y por supuesto, en velocidad. Pero este progreso ha sido caro de pagar.

La velocidad media de los viajes se ha cuadruplicado per cápita y lo mismo ha sucedido respecto de la duración de los viajes. Fuente: www.wbcsdmobility.org

De acuerdo con un pronóstico del Banco Mundial, en el año 2010 habrá 816 millones de automóviles en todo el mundo (comparado con los 580 millones que había en el año 1990). Si de las proyecciones nos vamos a los datos reales, en el año 2000 la producción global de automóviles alcanzó la cifra record de 40,9 millones de unidades, con un incremento del 4% respecto del año anterior. Si continuamos la producción a ese ritmo, lo más probable es que alcancemos la proyección para el 2010, un poco antes de lo esperado! De hecho, hacia el 2030 habría un automóvil cada 5 personas.

Según recientes investigaciones y, en el marco de las previsiones más conservadoras, se espera que en el 2020 China tenga 140 millones de automóviles que circulen por sus rutas, siete veces más que en el 2004.

[www.oica.net/htdocs/main.htm]

El 80% de los automóviles del mundo pertenecen al 20% de la población mundial, principalmente

Más y más autos - *En los últimos diez años el parque automotor creció en la provincia de Mendoza más de 50%. La mayor concentración de vehículos se produce en el Gran Mendoza, más específicamente en Capital. De esta manera, la tendencia ubica a Mendoza a la altura de las grandes ciudades del mundo actual, pero no para bien, pues en éstas el fenómeno trae aparejado un problema en común: la contaminación. Así, según estudios realizados por la Subsecretaría de Medio Ambiente, casi el 70% del esmog ambiental en el área metropolitana es emitido por el tránsito.*
Justamente, Mendoza, hoy es la cuarta provincia más grande del país respecto a la densidad poblacional, lo cual encuentra su correlato en la cantidad de vehículos que circulan por las calles del centro. Las estadísticas indican que en 1995 eran 560.000, y a fines de 2005 la cifra ascendió a 760.000 automóviles. Por entonces, el parque automotor estaba compuesto por 76% de vehículos particulares, 3% de transporte de pasajeros y 21% por transporte de carga. Debido a este crecimiento en el número de vehículos, el aire puro de la atmósfera se ve cada vez más afectado. De todas maneras, los porcentajes de monóxido de carbono en el aire aumentan por efecto directo de los horarios "picos" de tránsito, y la ciudad de Mendoza tiene un horario dividido de comercio por lo que se dan cuatro horas picos en un día y no dos como sucede en otros lugares, esto representa soluciones de colapso del tránsito y aglutinamiento de gases.
Los monitoreos realizados por la Subsecretaría de Medio Ambiente en el Gran Mendoza arrojan que 70% de la contaminación del aire proviene del humo que lanzan los caños de escape de los automóviles.

Archivo de prensa Gobierno de Mendoza

[www.oica.net/htdocs/main.htm]

en los países ricos. Hay más automóviles en una sola área urbana de los EE.UU. -en el área metropolitana de Los Angeles- que en la India, China, Indonesia, Paquistan y Bangladesh juntos.

Otro problema grave derivado del uso no sustentable del automóvil, son las emisiones de monóxido de carbono. En efecto, estas emisiones están contaminando las ciudades a niveles críticos y, las calles se encuentran severamente congestionadas por el volumen del tráfico. Se estima que los conductores en Bangkok pierden un promedio de 44 días al año demorados en el tráfico. Las emisiones de carbono en los EE.UU ascendieron a un total de 515 millones de toneladas en el año 2000, superando al total de las emisiones de todos los países del mundo. A esto hay que sumar el hecho de que el suministro de los combustibles utilizados, no es inagotable.

www...
youthxchange.net

El impacto del tráfico *sobre la calidad de vida urbana pone en peligro la eficacia social y el funcionamiento económico de las ciudades. El grupo Stattauto, ha estado trabajando en la búsqueda de un enfoque alternativo que pueda cooperar con las "prácticas alternativas al automóvil". La principal idea es la de compartir el coche, disminuyendo así la necesidad de que todas las personas posean autos.*
Tanto en Stattauto Alemania como en otros países europeos han estado organizándose en forma cooperativa para lograr un transporte urbano sustentable. El uso compartido de automóviles es un fenómeno que ha llegado a la red, el sitio web incluye 850.000 localidades en más de 70 países en los 5 continentes.

Para más información: [www.stattauto.de], [www.carsharing.net], [www.agenda21.bremen.de/carfree], [www.toshare.org]

Según el PNUMA *una de las formas más sustentables de transporte es la intermodalidad, motorizados y no motorizados, público y privados, etc. Una elección inteligente será la que convine los beneficios individuales de la movilidad con el bienestar del medio ambiente. De hecho, no sólo es inteligente sino divertido, pueden combinarse el coche, el tren, el colectivo, la moto, la bici, o caminar. Por supuesto los consumidores inteligentes sólo son posibles si están acompañados de una adecuada infraestructura y tecnología.*

Paso a Paso

Tránsito, contaminación de aire, ruido… nuestras ciudades se están hacienda cada vez mas inhabitables. ¿Qué podemos hacer?

- La **bicicleta** es el medio de transporte más eficiente energéticamente, el 80% del corredor de energía se transforma en movimiento. Es rápido y te mantiene en forma!
- El **transporte público**; los trenes y colectivos son los vehículos que llevan a un mayor número de personas contaminando menos y utilizando menos energía por pasajero.
- Cuando compramos un **coche**, un **scooter** o una **moto**, tenemos que **verificar** a través de su etiqueta, la eficiencia energética, la contaminación de rendimiento, la capacidad que tenga de asumir los combustibles sin plomo y cuánto tiene de esperanza de vida.
- **Conduzcamos con cuidado**, evitemos acelerar y frenar bruscamente. Manejar en forma agresiva conduce a un consumo considerablemente mayor del combustible y por ende, mayor contaminación.
- Mantengamos el **motor apagado** si vamos a detener el auto más de 30 segundos. No esperemos demasiado tiempo entre cambio y cambio.

La facilidad en el acceso al vehículo nos ha hecho más y más dependientes del transporte motorizado. En las grandes ciudades, alrededor de uno de cada tres viajes de menos de ocho kilómetros se hace en automóvil. Sabemos que los vehículos motorizados son esenciales en la nuestra vida cotidiana pero, un uso más responsable del coche puede mejorar las cosas y hacer las ciudades más limpias, sanas y más seguras para vivir. Los viajes cortos aumentan proporcionalmente el nivel de contaminación; un viaje de 5 kilómetros en automóvil emite diez veces más dióxido de carbono por pasajero que un colectivo y 25 veces más que un tren. Estas son, precisamente, las condiciones de uso menos eficientes.

Caroline Clayton, op. cit. p. 16. Estas son precisamente las condiciones en las que el uso de vehículos es menos eficiente.

Cada modo de transporte tiene ventajas específicas. Tener en cuenta todo el espectro de modos de transporte, puede significar una consideración inteligente a la hora de decidir la forma más apropiada y eficaz de movernos por la ciudad, de acuerdo a las características del tráfico y nuestras necesidades personales de transportes. Si deseamos participar en la creación de un futuro que valga la pena vivir y contribuir en la sustentabilidad de nuestra vida, tenemos que repensar nuestros hábitos de movilidad personal. Tu cambio individual es un pequeño esfuerzo que tiene un gran efecto. Probalo!

Colectivos Ecológicos en Rosario- *Los denominados Eco Colectivos son unidades de transporte urbano de pasajeros que funcionan con combustible híbrido, aprovechando la combustión por medio de agua.*

A las nuevas unidades se las denomina EcoColectivos porque funcionan con gasoil y una importante inyección de agua previamente tratada, que reduce el consumo de combustible y, en consecuencia, también la contaminación ambiental. Según la Municipalidad de la ciudad de Rosario éste es el puntapié inicial para el desarrollo de una política en defensa de una mejor calidad de vida de los habitantes de la ciudad.

Las unidades que componen la línea fueron reconvertidas en talleres privados argentinos demostrando asi el éxito del trabajo, dado que funcionó sin problemas y logró una sustitución de combustibles fósiles por agua del 20 por ciento del consumo.

Además, los Eco Colectivos cuentan con otros adelantos ambientales como sus cabinas ozonizadas programables y ajustables en función de la cantidad de pasajeros transportados que así reducen con ozono la carga de bacterias y virus en lugares de contagio por hacinamiento como es el caso de los transportes públicos de pasajeros.

Por último, estas unidades están equipadas por baterías "verdes", acumuladores que mediante una determinada técnica pueden ser recuperados para evitar que generen un nuevo pasivo ambiental.

Fuente: [http://www.ambiente.gov.ar/?aplicacion=noticias&idarticulo=3415&idseccion=12]

De viaje

"No hay pasajeros en la nave espacial Tierra. Todos somos tripulantes".

[Marshall McLuhan, sociólogo]

Más información sobre el tema:
www.ecotourism.org;
www.sustravel.org;
www.greenglobe21.com;
www.green-travel.org;
www.responsibletravel.com

Movilidad significa algo más que moverse. También significa salir, ir de viaje, ya sea de estudio, trabajo o placer. Sin embargo, ¿hay algunas opciones más sustentables que otras? He aquí algo para la reflexión...

El turismo tiene un enorme impacto en nuestro planeta y es la industria más grande del mundo. Según la Organización Mundial de Turismo, los viajes internacionales globales llegarán a casi 1,6 billones para 2020 (763 miles de millones de euros en 2004).

Esto representa más del 10% de la actividad económica mundial y la prestación directa o indirecta de empleo a más de 200 millones de personas. Para más detalles, véase: [www.pnuma.org/industria/turismo-sustentable.php] [www.world-tourism.org], [www.wttc.org]

A menos que el turismo sea bien administrado, causa graves daños al ambiente. Los científicos predicen que para el año 2015, la mitad de la destrucción anual de la capa de ozono será causada por los viajes aéreos. No todos los viajes por vía aérea se pueden atribuir a los turistas, por supuesto, pero el turismo contribuye sustancialmente al problema.

La contaminación del aire, la degradación del suelo y del agua son problemas particularmente serios en las zonas costeras, a menudo sobre explotadas. Y más visible aún, ¿Qué pensar de los turistas irresponsables que transforman los lugares paradisíacos en basureros?

Algunas zonas costeras del Mediterráneo se encuentran bajo extrema presión debido al elevado número de turistas que reciben cada año: un estudio citado por la EEA (2001) sugiere que 3/4 de las dunas costeras entre España y Sicilia han desaparecido como consecuencia de la urbanización vinculada al desarrollo del turismo.

¿Existen alternativas? Sí. Hoy en día, cada vez es más fácil encontrar un mayor número de opciones de viajes y vacaciones sustentables (proyectos de restauración y conservación, proyectos de ayuda voluntaria, dar clases en el extranjero, etc.) Busca en Internet y encontrarás cientos de ideas y opciones, pero ten cuidado ya que algunos sitios promocionan paquetes no tan sustentable como dicen!

¿Buscas algo más relajante? No hay problema. La sustentabilidad también se encuentra en las opciones de vacaciones mas convencionales... Es posible que los hoteles locales, posadas, casas rurales y camping, administrados por gente local, atendidos con esmero, respeten e impulsen la economía, el medio ambiente y la cultura local más que algunos hoteles de cadenas internacionales.

¿Por qué elegir el Turismo Sustentable?

Los números detrás de su elección del tipo de vacaciones:

El PNUMA proporciona información sobre la sustentabilidad de los viajes y el impacto de la elección de sus vacaciones
[www.unep.fr / turismo]

- El 60% del tráfico aéreo internacional lo ocasiona el turismo.
- Los cruceros descargan en el Caribe 70.000 toneladas de residuos cada año.
- Un estudio realizado en Tailandia estima que el 70% del total de dinero gastado por los turistas terminó saliendo de Tailandia (a través de extranjeros propietarios de los operadores turísticos, compañías aéreas, hoteles, bebidas importadas y alimentos, etc.) Las estimaciones para otros países en desarrollo van desde 80% en el Caribe al 40% en la India.
- Se estima que 13-19 millones de niños y jóvenes menores de 18 años de edad (10-15% de todos los empleados) están empleados en la industria del turismo en todo el mundo. A menudo son sometidos a duras condiciones de trabajo y empleo.

Una señal positiva es que el turismo ético o sustentable está ganando popularidad. A continuación se presentan algunas sugerencias para las vacaciones. La lista puede parecer larga, pero cuando viajamos, nuestros esfuerzos y atención necesitan redoblarse. No sólo vamos a un lugar donde la cultura es a menudo desconocida, sino también se va a la casa de alguien y todo el mundo aprecia un buen comportamiento y a un huésped considerado.

Fuentes: Tourism and Deserts [www.unep.fr/tourism], *Tourism Concern's (UK)* [www.tourismconcern.org.uk]; *Survival International's code* [www.survival-international.org]; *The Himalayan Tourist Code (Nepal)* [www.farfrontiers.com/about-us/166/the-himalayan-tourist-code];*Ecumenical Coalition of the Third World Tourism (Bangkok)* [www.eed.de/fix/ten-tourism]; *Tourism with insight (D)* [www.tourisminsight.com]; *Sierra Club, organización ambiental más antigua de América* [www.sierraclub.org]

Paso a Paso

Hay varias cosas que podemos hacer para reducir nuestro impacto como turistas, por ejemplo:

> Elegir opciones de viaje que produzcan el mayor beneficio para la **población local**. La negociación por precios más bajos en la compra de boletos y recuerdos puede significar explotación.

> Tratar de leer sobre el país que está visitando le ayudará a respetar la **cultura local** y le abrirán las puertas. En muchos países, la ropa suelta y ligera es preferible a la entallada. Del mismo modo, besarse en público es a menudo culturalmente inadecuado.

> **Reducir los residuos** y dejar los alimentos y envases innecesarios en la casa antes de viajar. Cuidar los preciosos **recursos naturales**. No desperdiciar el agua y la energía. Evitar el uso de contaminantes tales como los detergentes en arroyos o manantiales.

> Deshácerse adecuadamente de los **residuos tóxicos** como pilas usadas, tubos de pomada, aerosoles y envases de película fotográfica o bien llévelos de vuelta a su país de origen.

> Use **formas locales de transporte** (camellos, caballos, botes, etc.). Esto es divertido y al mismo tiempo proporciona a las comunidades locales una fuente adicional de medios de subsistencia.

> Deje florecer las **plantas** en su entorno natural. Extraer semillas y raíces es ilegal en muchas partes del mundo.

> Respete los **derechos sobre la tierra**. En las tierras tribales, los turistas deben comportarse como lo harían en la propiedad privada.

> Asegúrese de que sus **recuerdos** son producidos localmente y respetan al medio ambiente.

> Por respeto al **patrimonio** cultural y natural del país: no se lleve reliquias antiguas.

Entonces... como el SIERRA CLUB AMÉRICA recomienda: tome sólo fotografías; deja sólo huellas!

La Patagonia argentina se caracteriza por sus contrastes. Pueden encontrarse vergeles paradisíacos, con las más variadas especies vegetales, todo tapizado de verde, con ríos y arroyos de rápida corriente y caídas de agua, con vertientes cristalinas y heladas o surgentes termales de inesperadas cualidades. Y muy cerca, a veces a pocos metros, asistir al comienzo del más duro y hermoso desierto, en el que solo los coirones, como seca y achaparrada manifestación vegetal nos dicen que en esos lugares podría haber verde... si hubiese agua. Esa meseta patagónica seca, ventosa y diáfana tiene también un atractivo especial, es difícil sustraerse al encanto de su magnificencia, de su cielo infinitamente azul, o tachonado de estrellas. Contrastando con el santuario de los más impresionantes mamíferos marítimos, la ballena franca azul austral, la única colonia continental de elefantes marinos del mundo y las reservas de pingüinos de la península Valdéz.

www... youthxchange.net

Algunas personas dicen "El turismo es como un fuego, se puede usar para cocinar su sopa, pero también puede quemar su casa".

¿Querés saber más? Navega en la sección **"Facts & figures"** *del sitio web de YxC: los datos reflejados allí muestran cómo el* **[tourism]** *se está convirtiendo en un fenómeno mundial y analiza los pros* **[traveller's world]** *y el* **[environmental impact]** *que implica.*

¿Buscas formas alternativas de viajar? En la sección **Dep't Store** *encontrarás algunas sugerencias:* **[responsible tourism]**, **[(ab)original tours]**, **[ecovolunteers]**, *una tarjeta de viaje internacional de los estudiantes* **[ISIC card]**, *pero también sugerencias sobre la forma de tener alojamiento gratuito durante el viaje* **[(ex)changing houses]**, *y mucho más.*
En la sección **"Looking for a place"** *encontraras estudios de casos relacionados con el turismo* **[Green Map System]**, **[Tour operators go fair]**...

¿Dudas acerca del destino de tu viaje? ¡Inspírate en la sección **[UNESCO heritage list]** *o en ficha temática* **"Carrying the torch"**.

¿No hay tiempo que perder? Un directorio especial dentro de la sección de enlaces te remitirá a la mejor Red sobre **[sustainable tourism]**: *impacto del turismo, grupos conservacionistas, operadores turísticos, alojamientos, certificaciones, campos de trabajo, foros en línea...*

Reduce los residuos

"Los plásticos, como los diamantes, son para siempre".

[El capitán Charles Moore, oceanógrafo estadounidense.]

En los últimos años se ha producido un aumento espectacular en la generación de residuos. En promedio, cada persona que vive en un país desarrollado produce 1 kilogramo de basura por día.

Según un estudio de la AEMA (Agencia Europea de Medio Ambiente) realizado en el 2005, la cantidad media de residuos municipales generados per cápita por año en los países desarrollados de Europa, ha llegado a más de 500kg. Pero este promedio no significa que haya una distribución pareja en la producción y el tratamiento de residuos. Los europeos, por ejemplo, producen cada año unas 2.000 millones de toneladas de residuos. Más de 40 millones de toneladas son clasificadas como peligrosas. En los últimos 10 años la cantidad de residuos generados ha crecido un 10% anual.

[http://themes.eea.eu.int/Environmental_issues/waste/reports]

Es evidente que tenemos que detener y revertir esta tendencia si queremos evitar ser sepultados en basura. Debemos encontrar formas de detener la generación de residuos a largo plazo, por dos razones básicas y, ahora cruciales:

> A mayor cantidad de residuos, mayor potencial contaminación;
> La basura está compuesta de materiales que pueden reutilizarse y reciclarse: ¡menos desperdicio, más dinero!

Cerca de 113 millones de tazas, 39 millones de cubiertos y 29 millones de platos se utilizan

El Estudio de Diseño MHU! *Argentina, aplica estrategias de eco diseño a los productos de una empresa para mejorar su desempeño ambiental. Se trabaja diseñando nuevos elementos o rediseñando los productos existentes teniendo en cuenta el comportamiento a lo largo de todo su ciclo de vida. El Proyecto Producción Ciruja surge en el año 2006 y consiste en la utilización de residuos sólidos urbanos (RSU) como materia prima para la fabricación de objetos y mobiliario. Mhu! junto a la cooperativa de recuperadores urbanos El Ceibo formó un taller de diseño sustentable que refuerza el proyecto socio – ambiental de la cooperativa ya que permite la re-utilización del material de desecho al tiempo que genera una nueva fuente de ingresos. Producción Ciruja significa la tarea de recuperar, no solo se recupera para vender sino que también se recupera para crear.*

http://www.minimahuella.com.ar.

Chatarra Informática: *El Banco Hipotecario y la Fundación Hábitat & Desarrollo llevan adelante el programa "Acciones Descontaminantes", que tiene como objetivo contribuir al cuidado y protección del medio ambiente mediante la recolección de chatarra informática y electrónica aportada por el propio banco, sus empleados y clientes. Los fondos recaudados por la entrega de los rezagos eléctricos y electrónicos del Banco al operador en residuos Silkers, son donados a la Fundación Hábitat y Desarrollo, con el objetivo de ser utilizados en acciones amigables con el ambiente y la conservación de la Naturaleza.*
Los aparatos electrónicos y eléctricos obsoletos cuando son incorrectamente dispuestos, tienen un alto riesgo de deteriorar el medio ambiente.
Una gestión ambientalmente adecuada, su reciclaje y una práctica post consumo responsable generan oportunidades sociales y medioambientales.

http://www.habitatydesarrollo.org.ar/Contenido.php?IdContenido=54

y desechan en EE.UU. cada año y, la mitad de ellos están hechos de plástico. La India genera un total de 4,5 millones de toneladas de residuos plásticos al año. El material más problemático es el polietileno (del que están hechas las bolsas de plástico) que tarda hasta 100 años en descomponerse, su descomposición tiene consecuencias devastadoras sobre el medio ambiente y esto es particularmente visible en las zonas donde la naturaleza es virgen.

Por ejemplo, en zonas remotas del Océano Pacífico, donde sería de esperar un entorno virgen, grandes superficies están cubiertas de plástico flotante. La mayor de estas superficies se calcula que es tan grande como Texas y se define como el "parche basura oriental". De hecho, los plásticos comprenden hasta el 90% de los desechos marinos flotantes, amena-

Fuente: [www.mindfully.org/Plastic/Ocean/Moore-Trashed-PacificNov03.htm]; [www.plasticdebris.org] ; [hwww.algalita.org]

zando la vida del plancton del mar, aves, peces y plantas marinas.

Incluso las computadoras, generalmente conocidas como herramientas que pueden contribuir al Consumo Sustentable, y que a su vez, facilitan la creación de redes en los agentes del CS, están generando residuos peligrosos. Los residuos eléctricos y electrónicos son una valiosa fuente de materias primas secundarias y tóxicas si son tratados y desechados incorrectamente. Tenemos que sumar a las computadoras todos los artefactos eléctricos de nuestro hogar: televisores, radios, teléfonos, teléfonos celulares, aires acondicionados, juguetes electrónicos, etc.

www...
youthxchange.net

Los desechos pueden ser objetos de diseño - *Así lo demuestra el microemprendimiento "Producción Ciruja", de la Cooperativa El Ceibo del Barrio de Palermo de la Ciudad de Buenos Aires.*
Desde principios de 2006, diez cartoneros, tres diseñadoras industriales y una arquitecta, llevan a cabo este proyecto que consiste en la recuperación de residuos para lograr piezas de diseño que son destinadas a la comercialización.
La idea es aportar, a través del arte, un valor agregado a los residuos domiciliarios. Partiendo de simples cartones, sifones, o botellas de vidrio, los recuperadores logran todo tipo de adornos, muebles, vajilla, etc.
Los cartoneros reparten su tiempo entre la tarea de recolección y la del trabajo en el taller: tres días a la semana pasan por las casas para reunir las bolsas de residuos que los vecinos preparan para ellos. Otros tres días se ocupan de crear a partir de esos desechos, bienes de uso.
El proyecto aporta importantes beneficios económicos, ambientales y sociales ya que permite la minimización de los residuos a través de su reutilización además de brindar una oportunidad de trabajo digno a los cartoneros.
Promueve asimismo la solidaridad y colaboración de los vecinos, quienes participan activamente separando los residuos que serán la materia prima de novedosas obras de arte.
El ceibo T.B – Trabajo Barrial – ceibote@arnet.com.ar – elceiborsu@yahoo.com.ar

Teniendo en cuenta que la potencia de las computadoras se duplica cada 18 meses, en el año 2005 ya había 315 millones de computadoras obsoletas en el mundo. De acuerdo con la Coalición sobre Tóxicos, de Silicon Valley, EE.UU, lo anterior equivale a 600 millones de Kg de plomo, un millón de Kg de cadmio, y 200 mil Kg de mercurio, todos metales muy tóxicos.

[www.svtc.org]; [www.worldwatch.org/pubs/goodstuff/computers]; [www.svtc.org/cleancc/pubs/2002report.htm]

La rapidez de los cambios tecnológicos empieza a ser un problema en todo el mundo. En EE.UU, los desechos electrónicos ya constituyen el 1% del total de residuos sólidos urbanos. En China 4 millones de PC son desechadas al año.

¿Cómo podemos repensar los residuos? En primer lugar; utilicemos menos! En

[www.o2.org/index.php]; [www.cfd.rmit.edu.au];[www.wastewatch.org.uk]; [www.unep.fr/pc/sustain/design/design.htm]

segundo lugar, consideremos el diseño del producto. El rediseñar productos para minimizar o evitar la generación de residuos puede ser parte de la solución. Para explorar la compleja cuestión de diseño ecológico, visitá éstos y otros sitios en la web.

Uno de los retos más importantes que enfrenta el mundo es la reducción del consumo de recursos. En otras palabras, debemos dejar de pensar que los recursos naturales del planeta - ya se trate de los combustibles fósiles, agua, gases naturales o árboles – provienen de fuentes inagotables. Aquí es donde el reciclaje juega un papel crucial.

La Unión Europea *ha tomado la iniciativa en la reducción de los desechos electrónicos haciendo que los productores de objetos eléctricos se hagan responsables de tomar de nuevo sus productos. En 2002, en la Unión Europea, las dependencias del Estado dedicadas a los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y la reducción de sustancias peligrosas (RoHS), exigieron la eliminación de ciertos materiales peligrosos y establecieron normas para la responsabilidad del productor respecto del reciclado y la obligación de devolución: las empresas tendrán que organizar y financiar el tratamiento, la recuperación y la eliminación del 60% al 80% de sus propios residuos, en función de los tipos de producto que se colocan en el mercado.*

Mejores prácticas - *Hay varias empresas de renombre que han adoptado estrategias eficaces sobre el medio ambiente, tales como programas de reciclado. Entre ellos se encuentra Epson, que ha puesto en marcha un programa de reciclaje en línea que permite a los consumidores devolverle a la compañía sus productos para proceder a su reciclado.*

Los consumidores pagan una cuota para cubrir los gastos de transporte y el reciclado de las computadoras o periféricos, incluyendo impresoras, escáneres, cámaras digitales, computadoras portátiles y proyectores. Al participar en este programa, el consumidor recibe un cupón de 5 dolares por artículo devuelto que se pueden utilizar en la próxima compra. Todos los productos devueltos a través del programa de reciclaje son enviados a una instalación de reciclaje donde los componentes son triturados y luego separados para su reutilización.
[www.epson.com/cgi-bin/Store/reciclaje/RecycleProgram.jsp]

¿Qué es el ecodiseño?

Es diseñar productos utilizando un "enfoque circular" - que se conoce como "de la cuna a la tumba "- donde se tiene en cuenta el ciclo de vida de un objeto, desde su creación, su uso y su posterior tratamiento como residuo. Los objetivos son:

- *Utilizar los materiales, energía y otros recursos de la manera más eficiente.*
- *Elegir materiales que no provengan de ecosistemas que estén en peligro.*
- *Diseñar para evitar la contaminación y la generación de residuos.*
- *Seleccionar materiales reciclados o reciclables y tecnologías que ahorren energías.*
- *Optimizar la vida de un producto: hacerlo fácil de usar, mantener, actualizar, reutilizar, reciclar o re-manufacturar.*
- *Hacerlo sencillo: utilizar el menor número de materiales y/o componentes posibles, en diseños que permitan el desarmen y reciclado con facilidad.*
- *Mejorar la logística del transporte.*
- *Evitar los riesgos potenciales sobre la salud utilizando materiales seguros, no tóxicos.*
- *Respetar los derechos humanos, evitando la explotación laboral y el trabajo infantil.*

Por lo general, el ecodiseño no trata de reinventar los objetos. Se reconoce que la gente no siempre desea un producto, sino que quiere soluciones. Bien diseñada, una lavandería podría con facilidad sustituir los lavarropas individuales.
El ecodiseño busca modos alternativos de ejecutar una tarea con un menor impacto ecológico e igual (o mayor) eficiencia. Los ecodiseñadores consideran que la ética y la estética no son conceptos opuestos sino complementarios.

El servicio de reciclaje de PC´s de IBM PC permite a los consumidores y las pequeñas empresas reciclar cualquier elemento informático de cualquier fabricante de PCs, incluyendo periféricos.

Dependiendo de su antigüedad y capacidad de actualización, el equipo o bien es reciclado en una manera respetuosa con el medio ambiente, o renovado para la donación. Si el equipo puede ser donado, el donante recibe un certificado que puede ser utilizado para fines de deducción fiscal. Los clientes pueden contratar el servicio de reciclaje cuando compran una nueva computadora de IBM. [www.ibm.com/ibm/environment]

Otras famosas empresas que proponen servicios similares son:

Apple Computer [www.apple.com/environment/recycling/nationalservices/],

Compaq [h18000.www1.hp.com/corporate/ehss/2001rpt/products.html],

Dell Computer Corp [www1.us.dell.com/content/topics/segtopic.aspx/dell_recycling],

Hewlett Packard (HP) [www.hp.com/hpinfo/globalcitizenship/environment/return/index.html],

Intel [www.intel.com/intel/other/ehs/product_ecology/R_R_Initiatives.htm],

Philips Electronics [www.philips.com/assets/Downloadablefile/Environmental-responsibility-2828.pdf],

Sony Electronics [www.sony.net/SonyInfo/Environment/recycle/japan/index.html],

Xerox [www.xerox.com/go/xrx/template/020e.jsp?Xcntry=USA&Xlang=en_US]

Si no queremos agotar nuestro abastecimiento de recursos naturales, necesitamos que la recuperación, la reutilización y el reciclaje se conviertan en nuestra segunda naturaleza en la vida comercial y cotidiana. Esto ayudará a:

> **minimizar** y **evitar** mayores daños ambientales;
> **evitar** el uso innecesario de nuestros recursos naturales;
> **conservar** la energía y **reducir** los niveles de contaminación.

Para saber más: [www.wastewatch.org.uk; www.recyle.net]. *Para una guía de materiales reciclados/reciclables:* [www.grn.com/grn/library/gloss]

El reciclaje también puede jugar un papel importante en la reducción de residuos sólidos, al reutilizarlos en la manufactura de nuevos productos. Por cada tonelada de papel que se recicla se salvan 17 árboles y se ahorran 21 mil litros de agua. Asimismo la contaminación del aire se reduce en 30 kilogramos y se evitan 2,3 m^3 de residuos.

La reducción y reutilización de envases y embalajes son claves para evitar el desperdicio. En EE.UU. por ejemplo, cada año se desechan 64 millones de toneladas de embalajes. Pero algunas compañías están cambiando su enfoque respectos a estos envases contaminantes.

Por ejemplo, PHILIPS DESIGN, *creó un programa global de diseño para más de 80.000 productos que constituyen la cartera de Philips Consumer Electronics. En 2005, Philips lanzó 50 productos "verdes" nuevos, éstos deben ser probados, para ofrecer un mejor desempeño ambiental que sus competidores comerciales más cercanos, en el consumo de energía, embalaje, sustancias peligrosas, peso, reciclado, etc.* [www.philips.com/about/sustainability/section-15076/index.html]

Busca el logotipo del reciclaje. Como comprador responsable podés usar tu poder de compra para hacer que las cosas sean diferentes. Tené cuidado: las etiquetas de algunos productos sólo indican que una parte de su contenido (fijate en el porcentaje) es reciclado, y otros te informan que los componentes del producto pueden reciclarse con facilidad.

Club de Reciclado: *En la provincia de Córdoba, la Agencia Córdoba Ambiente tiene actividades relacionadas con la recolección de residuos, como el Club del Reciclado, conformado en 2004 destinado a que niños de colegios primarios aprendan a reciclar residuos. Participan actualmente más de 40 escuelas con mucho éxito.*

El programa "Huerta para todos" está destinado a aprovechar los recursos naturales de forma responsable y a mejorar las técnicas agropecuarias. El programa "Córdoba Limpia" apunta a establecer sistemas de recuperación y reciclado de residuos, y construir vertederos controlados para una disposición final ambientalmente adecuada, erradicando los actuales basurales a cielo abierto.

http://www.secretariadeambiente.cba.gov.ar/prensaydifusion.html

Recuperadores Urbanos
Esta propuesta esta destinada a crear las bases de una política pública orientada a consolidar la recuperación y reciclado en la Ciudad de Buenos Aires, mejorando las condiciones y medios de trabajo de los Recuperadores Urbanos y fortaleciéndolos como actores sociales y agentes económicos.

Al mismo tiempo se quiere favorecer la práctica de separación domiciliaria y fortalecer los circuitos de reciclado sin afectar la limpieza e higiene urbana.

Conozca cómo es un día de trabajo de una familia de recuperadores visitando: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/med_ambiente/dgpru/galeria/galeria.php]

Plásticos: etiquetas reciclables

Con un poco de cuidado la mayor parte del plástico puede reciclarse. De hecho, la recolección de plásticos para su reciclaje está aumentando velozmente. Sin embargo el reciclaje de plásticos tiene sus complicaciones: para que pueda realizarse, los diferentes tipo de plásticos no deben ser mezclados antes de ser sometidos al proceso de reciclaje. Sin embargo es muy difícil diferenciarlos a simple vista, incluso una pequeña cantidad de plástico erróneo puede arruinar el fundido. La industria del plástico ha respondido a este problema mediante el desarrollo de una serie de códigos de colores, que por lo regular se pueden ver en la base de los recipientes de plástico. Los tipos 1 y 2 por lo general, se reciclan. El tipo 4 se recicla menos, y los otros tipos, normalmente no se reciclan, salvo quizás en los pequeños programas de prueba. El polietilentereftalato (PET) se puede reciclar en forma de fibra para la fabricación de ropa de abrigo, tablas aislantes, piezas de autos, etc.
El Policloruro de Vinilo (PVC) se puede reciclar para fabricar cortinas de ducha, alfombras, pavimentos, etc.
El Polietileno de alta densidad (PEAD), se suele reciclar en forma de granza con la que se puede fabricar juguetes, tuberías, bolsas, etc.
Plásticos mezclados, pueden ser reciclados para hacer muebles de jardín, así como materiales de embalaje y protección.

Para el eco-consumo racional, la búsqueda de los productos fabricados con productos reciclados se ha convertido en una parte esencial de todos los días. Por ejemplo, podemos en-

www...
youthxchange.net

*La reducción de residuos es una cuestión de corte horizontal a través de diferentes fichas temáticas del sitio YxC: por ejemplo, "***Packaging yourself"** *muestra la moda relacionada con los casos:* **[Waste to taste] - [Rethinking luxury] - [Committed sportswear] - [2nd chance to clothes]**.

Encuentra otros casos en **"Clean up your fun" [Don't waste your party]**, *o en* **"Looking for a place" [From waste to houses]**.

Reciclar T3 - *es una organización no gubernamental con sede en Brasil, pero que operan en todo el mundo. Su misión es trabajar con materiales reciclables como plástico, metal, vidrio y papel para crear objetos necesarios en la vida cotidiana tales como ropa, accesorios, muebles y otros.*

Se trabaja en forma combinada entre centros de investigación y escuelas, llevándose a cabo proyectos con las comunidades locales que además de introducir formas alternativas al desecho, les permite obtener mejores ingresos.
Bien diseñados, los objetos han sido creados con la idea de hacer confluir simultáneamente la función y el valor estético.

Reciclar T3 ha logrado el reconocimiento internacional en la Expo 2000 en Hanover, Alemania, donde ganó un premio por ser una práctica totalmente integrada y de desarrollo sustentable.

[www.reciclar-t3.org.br]

Paso a Paso

Estas son algunas de las formas sencillas de reducir la cantidad de desperdicios que producimos en nuestra vida diaria:

- **No imprimas** documentos que no sean estrictamente necesarios, aprovechá los dos lados de la hoja para hacerlo.
- **Rechazá** los embalajes innecesarios y fomentá el uso de productos no sobre-envasados.
- **Retorná** las botellas y envases siempre que se pueda; comprá botellas retornables si es posible.
- **Reutilizá** tanto como se pueda. Artículos como sobres, botellas y bolsas de plástico pueden reutilizarse.
- **Repará** las cosas en lugar de desecharlas.
- **Reciclá** el papel y el cartón, los residuos de envases (latas, plásticos y envases tipo brik) y las botellas colaborando con la recolección de la basura en el barrio.

contrar una amplia gama de temas - entre ellos la ropa, los muebles y los juguetes - todos hechos de papel reciclado.

Para el consumidor preocupado por el ambiente, buscar productos elaborados con materiales reciclados se ha convertido en parte esencial de sus compras.

No te pierdas tu fiesta - *Hacer que su consumo sea sustentable no es tan difícil. Enviar las invitaciones impresas en papel reciclado o invitaciones electrónicas, o simplemente hacer una llamada.*

Reutilizar las bolsas de regalo, cestas, latas, cajas, o en lugar de pañuelos de papel, volver a los de tela. Si se necesitan productos de papel, compremos los productos que estén hechos de papel reciclado.

La sustentabilidad es también una cuestión de creatividad: ¿Ha pensado alguna vez en organizar una travesia en bicicleta para llegar a algún sitio en lugar de usar el auto?

Para saber más: [www.youthxchange.net / main / dontwasteyourparty.asp]

"¿Le gustaría saber cuánta basura se tira en todo el mundo **[how much is thrown away]***? En la sección* **Facts & figures** *también encontrará datos sobre los residuos electrónicos* **[e-waste]** *y relativa a los residuos de alimentos* **[meat production]**.

¿Alucinado por todas estas cifras? Tené un poco de esperanza, visitá la sección **Dep´t Store** *y descubrí cómo podes reducir los desechos electronicos* **[e-waste]**, *o valorizar la basura en el hogar* **[kitchen compost bins]**; *elegí una alfombra que le ayuda a la prevención de residuos* **[interface]**, *y mucho más.*

www... youthxchange.net

En la sección de entrenamiento **Trainer´s room** *encontrarás una clase específica de actividad* **[School waste audit]**, *mientras que en la sección* **Test & play** *te dan la posibilidad de probar tu compromiso de no arrojar residuos:* **[Dumping or recycling?] - [Waste no waste]**.

[Recyclart] *y* **[Reciclar T3]**, *presentado en la sección* **Career compass**, *son las organizaciones encargadas de la transformar la basura en ideas de oro...*

Optimizá energía

"Es responsabilidad de cada uno de nosotros hacer lo que podamos, sin importar cuán pequeño sea. No porque el apagar la luz al salir de una habitación parece no tener consecuencias, significa que no debemos hacerlo."

[XIV Dalai Lama, líder religioso]

Durante siglos la humanidad ha utilizado los recursos del planeta como si fueran inagotables y no hubiera mañana. Desde la Revolución Industrial, el crecimiento económico se ha vinculado a una mayor utilización de la energía. Durante los últimos 30 años el consumo de energía ha aumentado en un 85%. Y peor aun, si miramos 30 años en el futuro, se espera que el uso de la energía aumente otro 107% a una tasa media de crecimiento anual del 1,9%, sólo un ritmo ligeramente más lento que el producto interno bruto mundial.

Fuente: Agencia Internacional de Energía [www.eia.doe.gov]

Nuestras principales fuentes de energía tradicionales son los combustibles fósiles - Carbón y Petróleo. Se los denomina así por el hecho de que se formaron a través de millones de años a partir de los restos fosilizados de plantas y animales muertos. Se prevé que los combustibles fósiles, especialmente el petróleo, continúen dominando la combinación de energías en las próximas tres décadas, si el actual consumo de energía siguen bajo los mismos patrones. A raíz de este escenario, el sector de la energía seguirá siendo el principal contribuyente a las emisiones de gases de efecto invernadero, y la causa la lluvia ácida.

Fuente: Energy Information Administration [www.eia.doe.gov] *El petróleo crudo es el más importante proveedor de energía en todo el mundo y proporcionó alrededor de 36,4% del consumo mundial de energía comercial en 2005. Fuente: International Energy Agenci Energy Outlook 2006* [www.eia.doe.gov] *Fuente: International Energy Agency* [www.iea.org]

El excesivo uso de los combustibles fósiles se ha traducido en un espectacular aumento en la concentración de gases de efecto invernadero (GEI) en la atmósfera, lo que crea las condiciones para el cambio climático. ¿Cómo? Demasiado calor es atrapado en la atmósfera: el planeta se calienta y esto altera el funcionamiento del sistema natural del

Ahorro de energía: *hechos y consejos - En los países desarrollados, alrededor del 35% de toda la electricidad se usa en el hogar. Los aparatos electrónicos en el hogar, aún los pequeños gastan energía, no sólo cuando están en uso, sino también cuando están aparentemente apagados. Este fenómeno se conoce como "fugas de electricidad y es responsable de un estimado de 45 millones de kilovatios-hora (kWh) de electricidad consumida por los hogares de EE.UU. cada año - casi el 5% del total de uso de la electricidad residencial -. Esto representa más de U$S 3,5 por hogar al año, lo que equivale a mil millones de dolares en todo EE.UU. anualmente.*

[www.wri.org/wri/trends/index]; [www.fuelcellpark.com]; [www.lipower.org/cei/tips.html].

Energía solar - *Argentina posee un elevado porcentaje de electrificación (95%), pero una proporción importante de su población rural (30%) carece de servicio eléctrico. El Proyecto de Energías Renovables en Mercados Rurales (PERMER) apunta a asegurar el abastecimiento de electricidad a 1.8 millones de personas que viven en 314 mil hogares, y 6.000 servicios públicos de todo tipo (escuelas, salas de emergencia médica, destacamentos policiales, etc.) fuera del alcance de los centros de distribución de energía. La iniciativa permitirá mejorar la calidad de vida de los pobladores rurales y disminuir su emigración hacia zonas urbanas, a través del manejo sustentable de recursos energéticos ambientalmente sanos.*

Proyecto PREMER [http://energia.mecon.gov.ar/permer/permer.html]

Al comenzar el siglo XXI, 2 millones de personas - 1/3 de nosotros en el planeta - no tienen acceso a la electricidad para las necesidades básicas tales como iluminación o cocción.

clima, que está teniendo consecuencias negativas en todos los niveles.

Tenemos que reducir nuestra dependencia de la tierra, de los recursos naturales no renovables. Tenemos alternativas, las energías renovables. Lamentablemente las fuentes de energía como la eólica, solar, geotérmica, biomasa e hidroeléctrica todavía no son ampliamente utilizados. ¿Por qué?

Los mecanismos que regulan el precio de la energía son complejos y los precios de los combustibles fósiles son especialmente baratos, ya que no tienen en cuenta la totalidad de los costos ambientales y sociales asociados con la extracción, distribución y uso. Por otra parte las fuentes de energía libres de carbono, que son ambientalmente preferibles, son más caras porque, al ser una solución relativamente reciente e innovadora, todavía no son ampliamente utilizados, como para hacer bajar el costo. ¿Cómo podemos solucionar esta paradoja?

Busca mayor información en:
[http://rredc.nrel.gov];
[www.solardome.com];
[www.solarnow.org];
[http://solstice.crest.org];
[www.eere.energy.gov];
[www.renewables.ca/main/main.php];
[www.fedarene.org];
[www.energystar.gov]

Necesitamos políticas que alienten al sector privado a invertir en fuentes de energía renovables, con el fin de ampliar el mercado y reducir sus costos. Por otra parte, el precio de los combustibles fósiles debe considerar el costo real para la sociedad de su producción y uso y devolvérselo.

La energía es esencial para casi todas nuestras actividades, entre ellas cocinar nuestros alimentos, calefaccionar nuestras casas o el suministro de fuerza motriz para nuestras in-

Smart Life. *The Energy Conservation Centre of Japan ha puesto en marcha Smart Life, una campaña para apoyar un nuevo estilo de vida basado en la conservación de la energía. La idea es promover y educar al público a través de los medios de comunicación masivos como periódicos, radio, televisión y herramientas de relaciones públicas tales como carteles, folletos y vídeos.*

En el verano y el invierno cuando el consumo de energía es alto, ECCJ lleva a cabo las campañas de ahorro de energía en las principales ciudades de Japón. En el ámbito de las prendas de vestir, la ECCJ realiza exposiciones de su "Colección Inteligente" en Tokio y Osaka para alentar el bajo consumo de energía en la moda.

La organización también realiza encuestas - por ejemplo, una realizada sobre los hábitos alimentarios fue el punto de partida para promover ideas de ahorro de energía en los electrodomésticos, producción y distribución de alimentos.

ECCJ también se fijó en los aparatos de automatización de oficinas para apoyar la reducción de consumo de electricidad de reserva.
ECCJ publica los resultados de las encuesta en carteles, folletos, revistas y publicidad, así como en su página en la web en todo el mundo: www.eccj.or.jp/index_e.html

www...
youthxchange.net

GreenLight *es un programa voluntario en curso, en el que las organizaciones públicas y privadas toman un compromiso con la Comisión Europea para reducir el uso de la energía de iluminación, reduciendo así las emisiones contaminantes.*

Desde el año 2000 GreenLight ha organizado un premio anual a los socios elegidos sobre la base de sus esfuerzos para reducir la utilización de la energía en la iluminación durante el año.

La última edición tuvo lugar en Frankfurt en abril de 2006.

Para más información [www.eu-greenlight.org/pdf/GL_Catalogue/GL_catalog_14.pdf]

dustrias. Sin embargo, la utilización, la generación y el desperdicio de energía del planeta tiene sus consecuencias. Después de los automóviles, la producción de energía eléctrica es la mayor fuente de contaminación en la tierra.

El ahorro de energía es un gran problema que llama a dar soluciones en el plano mundial e individual. Hay muchas cosas que podemos hacer todos los días para reducir el uso de la energía. ¡Recorda que el ahorro de energía puede ahorrarte dinero!

El agua y la calefacción del ambiente combinado representan el 75% de la factura de luz de los hogares. El aumento de los costos de la energía debe hacernos cada vez más consciente de la conveniencia de ahorrar energía.

Argentina Green Building Council facilita y promueve el diseño y la construccion de edificios sustentables mediante la utilización de materiales y tecnólogias de menor impacto ambiental. [http://www.argentinagbc.com.ar/]

En relación al consumo de energía, los jóvenes de la Argentina no asocian el uso racional con el cuidado del ambiente. Sólo el 8% lo hace, el 20% a veces, mientras que el 50% no toma ninguna medida.

Encuesta realizada por IADS, (por encargo de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustenta, en el marco de su Estrategia en Consumo Sustentable) en 2006, a 1200 argentinos y argentinas de 18 años y más, en grandes ciudades de la Argentina.

Cocinando con el Sol: *Argentina viene apostando desde hace tiempo en la implementación de energía solar para llevar electricidad a las zonas rurales de las provincias más pobres del país En la provincia de Jujuy se esta desarrollando un programa por intermedio del cual el gobierno ha entregado 89 cocinas solares y 50 hornos solares a escuelas y puestos de salud de la Quebrada de Humahuaca y la Puna jujeña. Así se logra luchar contra la depredación de la vegetación de aquellas regiones aisladas, proporcionando a la vez a tales comunidades, un medio elemental de confort, para su progreso.*

En la provincia de Corrientes también se esta utilizando la energía solar para abastecer de electricidad a las escuelas rurales, ya se han instalado paneles solares en 78 escuelas sobre un total previsto de 85. La instalación de estos paneles en escuelas rurales se dió en el marco del Programa de Energía Renovable en Mercados Rurales, programa que empezó a funcionar a mediados del año pasado.

Queres conocer más: http://energia.mecon.ar/permer/PERMER.html

La experiencia de Fabio Rosa: el sol puede brillar para todos.
Aproximadamente 25 millones de personas en Brasil no tienen acceso a la electricidad. Fabio Rosa, un empresario local con mirada en lo social, se propone llenar esta necesidad a través de modelos de electrificación rural de bajos costos que pueden mejorar la calidad de vida de las poblaciones pobres rurales y urbanas y, frenar, de esa manera, la migración. Rosa, economista, abogado y agrónomo de profesión, es el fundador de una compañía sin fines de lucro llamada Agro-electric. Sistema de Tecnología Apropiada (STA), y del Instituto para el Desarrollo Natural de la Energía y Sustentabilidad (IDEAAS). Ambas instituciones vienen trabajando arduamente desde mediados de la década del 80, para garantizar electricidad y contribuir al desarrollo de las comunidades rurales del Brasil.

[www.wbcsd.org], [www.fastcompany.com]

Paso a Paso

Estos son algunos ejemplos de cómo ahorrar energía en el hogar:

- ¡Apagalo! Un **televisor** en modo de espera (stand by) puede seguir utilizando 1/4 de la energía que usa cuando está encendido. En algunos países, los aparatos de televisión no tienen ni siquiera el botón para apagar: por lo tanto, en este caso, basta con desconectar el aparato de TV!
- Comprá equipos que hagan un uso eficiente de la energia, tales como **tubos fluorescentes**, **lámparas** de bajo consumo, o equipos diseñados para el ahorro de energía. Apagá las luces en las habitaciones vacías.
- Bajá el **termostato** unos pocos grados. Si sientes frío usa más abrigo en lugar de aumentar la calefacción central.
- Tomá **duchas** en vez de baños y no utilices más agua caliente de la que necesitas. La ducha fría te mantendrá más joven!
- Conectá los **aparatos** a los enchufes siempre que sea posible para limitar el uso de las pilas. Descartadas las pilas son altamente contaminantes. Si necesitas usar baterías, asegúrate de que son recargables.
- Cerrado hermético de **puertas y ventanas**.
- Asegúrate de que los electrodomésticos viejos sean sustituidos por los de **eficiencia energética**.
- Usa las **escaleras** más que el ascensor, es una excelente manera de ponerse en forma!

Menos complicada y más barata *que la energía fotovoltaica, la energía solar térmica es el eje del proyecto del Instituto Nacional de Tecnología Industrial INTI para que viviendas populares puedan tener agua caliente en forma sustentable.*

En 2007 técnicos del INTI se reunieron con unas 40 personas que tenían alguna historia en energía solar, de casi todo el país, y se concluyó que la aplicación inmediata es un proyecto de calentadores solares de agua para fines domésticos y comunitarios.

La idea del INTI, es comenzar con una agenda conjunta con las municipalidades de Rosario, Paraná, algunas del Conurbano de Buenos Aires, Luján, Neuquén, La Pampa y Mendoza, entre otras ciudades argentinas. El objetivo de mediano plazo, es instalar lo que también se conoce como "calefones solares" en miles de viviendas populares. La solar térmica es una energía en la cual hay experiencia en la Argentina y no implica un gran esfuerzo tecnológico, aunque sí de organización y de certificación de calidad de los equipos.

La cuestión de fondo, dicen los tecnicos del INTI, es que la gente de las zonas más carentes "compra gas envasado, que es mucho más caro que el de red, y por eso mucha tiene que elegir entre bañarse o cocinar. Esto tiene consecuencias importantes sobre todo para la salud infantil, porque ninguna madre va a querer bañar a sus hijos pequeños con agua helada".

En el área dedicada a la energía solar del INTI también se busca motorizar la legislación que favorezca sus usos, aún poco desarrollada en la Argentina, y que los primeros sistemas instalados se utilicen como promoción.

INTI e-renova. [http://www.inti.gob.ar/e-renova/erSO/pop-er02.htm?height=400&width=450]

Pronostica el tiempo

"Aquellos que aún afirman que el calentamiento global no se ocasiona por el efecto invernadero, resultado de la actividad humana, están como la gente que aún piensa que la Tierra es plana."

[Gerhard Berz, Científico]

El daño a la atmósfera de la Tierra y al clima parece un problema tan masivo, que nuestra reacción inicial es preguntar: ¿Qué diferencia puede hacer una persona? Pero se requiere un cambio con urgencia. El calentamiento global y el adelgazamiento de la capa de ozono son dos problemas diferentes. Están vinculados entre sí porque los dos se relacionan con la calidad de nuestra atmósfera, y tienen un impacto directo en nuestra salud y en la salud de todo el planeta. Si no se hace nada, las consecuencias para la Tierra serán desastrosas.

Estas sustancias se utilizaron por primera vez como el líquido refrigerante en los frigoríficos y más tarde en las unidades de aire acondicionado. Otro uso importante de los CFC es en los aerosoles como agente de pulverización.
Para más información: PNUMA-DTIE Energy and OzonoAction Unit - Email: ozonaction@unep.fr; [www.unep.fr/ozonaction]

El agujero en la capa de ozono. El ozono es un gas venenoso que se encuentra nivel del suelo. Pero 25 kilómetros por encima del suelo, una delgada capa de ozono rodea el planeta y nos protege de los rayos del sol. Esta capa es crucial para la vida sobre la Tierra. Ella absorbe casi la totalidad de los dañinos rayos ultravioleta (UV) provenientes de la luz solar, los que provocan canceres en la piel y enfermedades de los ojos, y perjudica a las plantas y los animales. Los gases que destruyen el ozono permanecen activos y hacen daño en la estratósfera durante un máximo de 111 años.

En 1985, los científicos encontraron un agujero en la capa de ozono. Este agujero se encuentra por encima de la Antártida y crece continuamente, ahora es aproximadamente tres veces más grande que la superficie de los Estados Unidos. Hasta la fecha, aproximadamente el 10% del escudo de ozono de la tierra ha sido destruída. Los CFC son responsa-

www... youthxchange.net

El sistema climático del planeta ha cambiado en los planos mundial y regional ...

Obtener todos los datos en la sección **Facts & figures**: **[Global warming] - [Extreme weather] - [Hotspots] - [Eco-footprint] - [Endangered species] - [Energy/ Facts & tips]**.

La sección **Dep't store** *proporciona herramientas útiles para el cambio:* **[carbon calculator] - [desertification kit]** *y muchos productos y servicios para el ahorro de energía (véase el capítulo anterior).*

El Centro Pew sobre Cambio Climático Global *es una organización no lucrativa, no política e independiente dedicada a proporcionar información fidedigna y soluciones innovadoras para abordar el cambio climático mundial. Treinta y dos grandes empresas, la mayoría de ellas incluidas en Fortune 500, están trabajando juntos a través del Centro para educar al público sobre los riesgos, retos y soluciones al cambio climático. Entre estas empresas son: ABB, Alcan, BP, Deutsche Telekom, DuPont, Hewlett-Packard, IBM, Intel, Novartis, Royal Dutch / Shell, Toyota, y Whirlpool Corporation.*

[http://www.pewclimate.org/about/index_spa.cfm]

bles de la destrucción de gran parte de la capa de ozono "que ya no está".

PNUMA, la UNESCO y la OMS han elaborado un programa de enseñanza, para obtener más información sobre simples soluciones concretas, para proteger la capa de ozono y disfrutar del sol de manera segura. [www.unep.fr/ozonaction/topics/children.htm]

Los países industrializados acordaron disminuir el uso de sustancias químicas que destruyen la capa de ozono, ya sea a través de su prohibición o su eliminación gradual. En los países en desarrollo, sin embargo, se permitirá su uso hasta el año 2010.

Nunca es demasiado tarde para actuar. La capa de ozono se recuperará si todos utilizamos menos sustancias que la destruyen. No obstante, si todas estas sustancias se prohibieran mañana, tomaría 40 años para que la capa de ozono sanara.

El calentamiento de la Tierra. Durante los últimos 100 años, el promedio de las temperaturas globales han aumentado en alrededor de 1/2 C °. El fenómeno más relacionado con esto es la fusión de los hielos; los glaciares se están derritiendo y están retrocediendo en todas partes: en la Antártida, Chile, Perú, los Alpes y el Himalaya.

Los gases de efecto invernadero se denominan así debido a que forman una capa aislante alrededor de la Tierra, como el vidrio en un invernadero, que atrapa el calor de los rayos solares. Informate más en el Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático [www.ipcc.ch]*; Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático* [http://unfccc.int/2860.php]*; Organización Meteorológica Mundial* [http://www.wmo.int/pages/index_es.html]*; UNEP/GRID* [www.grida.no]. *Visita también:* [http://pacinst.org/globalchange.org]

El PANEL INTERGUBERNAMENTAL SOBRE CAMBIO CLIMATICO (IPCC por sus siglas en inglés) ha estimado que el planeta se está calentando porque los seres humanos, utilizando los combustibles fósiles para millones de sus fábricas, los coches, calefacción y aire acondicionado, están bombeando a la atmosfera "gases de efecto invernadero" - dióxido de carbono (CO_2), metano, óxido nitroso y los gases fluorados – como nunca antes se había hecho.

El IPCC ha estimado que si no se toman medidas el promedio de las temperaturas de la superficie se incrementará hasta en 6,4 °C antes de finales de este siglo. Este aumento de temperatura podría desencadenar graves consecuencias, entre ellas el derretimiento de los glaciares. El resultado del aumento de entre 18 y 59 cm del nivel del mar inundaría las zonas costeras y las islas pequeñas. Fenómenos meteorológicos extremos como huracanes, inundaciones o sequías serán más frecuentes y graves. África se verá especialmente afectada. Para el 2085, entre el 25% y más del 40% de las especies autóctonas podrían perderse por completo.

El Protocolo de Kyoto representa un compromiso mundial para reducir las emisiones de CO_2 en un 5% (en comparación con el nivel de 1990) para el período 2008-2012. El protocolo entró en vigor en febrero de 2005, y para finales de 2006 había sido ratificado por 168 países.

Para más información sobre el Protocolo de Kyoto [http://unfccc.int/portal_espanol/essential_background/kyoto_protocol/items/3329.php]

Todavía podemos limitar los daños causados por el cambio climático siempre que modifiquemos la forma en que actualmente consumimos y producimos. La reducción es el

La UNESCO lanzó un **kit educativo sobre la desertificación** *en colaboración con la Secretaría de la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación (UNCCD).*

[http://publishing.unesco.org/details.aspx?Code_Livre=4111#]

Myclimate - *La Asociación para la Protección del Clima - se basa en el concepto del voluntariado mediante soluciones innovadoras para la protección del clima y la promoción de las energías renovables y las tecnologías energéticamente eficientes. La iniciativa internacional se originó en el año 2002 como una ETH spin-off en Suiza.*

Myclimate es uno de los principales proveedores de medidas de compensación de carbono. Entre sus clientes figuran grandes, medianas y pequeñas empresas, las administraciones públicas, así como organizaciones sin ánimo de lucro y organizadores de eventos.

Los particulares pueden compensar el impacto ambiental de las emisiones de sus viajes por vía aérea mediante la compra de un billete de Myclimate. Además, Myclimate alienta el diálogo público sobre la protección del clima y las campañas para la reducción de gases de efecto invernadero. Fuentes: [www.myclimate.org]

www...
youthxchange.net

primer y más importante paso. Los expertos dicen que será necesario, para el año 2050, reducciones globales de emisiones de CO2 de 60% a 80% (con 1990 como referencia). Los costos de la estabilización de la concentración de gases de efecto invernadero (GEI) en la atmósfera a niveles que no perturban el clima podría representar hasta el 3% del PIB mundial de 2030. No hacer nada sería mucho más costoso: sin un esfuerzo especial para adaptarse a los efectos del cambio climático, un aumento de 2,5 ºC de la temperatura es probable que reduzca un promedio de 0,5 a 2% del PBI, con mayores pérdidas en la mayoría de los países en desarrollo.

Fuentes: [http://unfccc.int/files/press/backgrounders/application/pdf/factsheet_adaptation.pdf] *and* [http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/6620909.stm]

Sin embargo, debido a que algunos cambios serán irreversibles, los expertos en los sectores público y privado están trabajando en la "adaptación", en otras palabras el desarrollo de estrategias e iniciativas para la gestión de los impactos causados por el cambio climático que la sociedad ya está enfrentando.

Durante mucho tiempo la aparente disponibilidad de combustibles fósiles no ha llevado a considerar alternativas y opciones más limpias. Como resultado de ello estamos todavía

www... youthxchange.net

Las Iniciativas Ciudadanas en Italia, Francia y España - *La gente quiere tomar una decisión: varias iniciativas están floreciendo proporcionando a los consumidores individuales (personas, administraciones) las herramientas para participar en la carrera destinada a salvar nuestro clima. Al ser a nivel de ciudadanos ofrecen alternativas realistas y viables para todo el mundo para "poner su granito de arena". Proporcionan información sobre el cambio climático, sus causas y consecuencias, ayudando a reducir las emisiones de dióxido de carbono a través de consejos prácticos para reducir al mínimo el consumo de energía, y ofrecen calculadoras para cuantificar y compensar a las personas para las emisiones de dióxido de carbono mediante el apoyo a proyectos sobre eficiencia energética, las energías renovables y la captura de carbono.*

Impatto Zero - *es el primer proyecto italiano para ayudar a las empresas y los ciudadanos que tienen un impacto neutro para la vida de GEI. Su fortaleza radica en que ofrece a los consumidores consejos sobre la manera de ser "ciudadanos de cero impacto" mediante el cálculo y la compensación de las emisiones de CO2 producidas por su estilo de vida. Las personas pueden optar por apoyar la reforestación en Italia o Costa Rica.* [www.impattozero.it]

DEFIS pour la Terre *es la iniciativa francesa para participar en la reducción de la población de la emision de GEI. Exige que las personas hagan un com-*

Paso a Paso

Hacer mi aporte para controlar el agotamiento del ozono y el cambio climático*:

> **Dejá de usar aerosoles** (sprays). A pesar de que ya no contienen CFC, contienen otros productos químicos contaminantes y no pueden ser reciclados.

> Controlá que toda nueva **heladera** reduzca los niveles de CFC o mejor aún, no contenga nada. No dudes en descartar tu antigua heladera. Llamá al fabricante y pedile que retire de la heladera vieja los CFC. Estos pueden (y deben) ser reciclados!

> Disminuí el uso del **automóvil** o el uso de todo **otro vehículo de motor**. Los automóviles son la mayor fuente de exceso de producción de CO2 y otros gases de efecto invernadero.

> Comprá productos **locales** y **de estación**, siempre que sea posible.

> Comprar a granel para la vida cotidiana. Además del ahorro de dinero, con ello se evitarán las emisiones producto de la elaboración de envases individuales descartables.

> Apagá las **luces**! Por comparación, la iluminación de una oficina vacía durante toda la noche puede desperdiciar la energía necesaria para calentar el agua para 1000 tazas de café.

> **Desenchufá** el equipo una vez completamente cargada. Los teléfonos móviles, máquinas de afeitar y cepillos de dientes eléctricos continúan consumiendo electricidad incluso cuando la batería está llena.

**También lee* 'Pasos Firme' *en el capitulo* 'Optimiza energías'.

dependientes, en gran medida, de fuentes de energía tradicionales y estamos sufriendo las consecuencias en nuestra salud y en el planeta. Tenemos que invertir más tiempo, dinero y "energía humana" para hacer de las fuentes de energía renovables una alternativa viable a los combustibles fósiles. Hoy, gracias a fuertes inversiones y un creciente interés de los consumidores, las energías renovables representan el 18% de la combinación de fuentes de energía. Esta cifra está previsto que aumente en 2050 al 23%, y hasta un 34% en el supuesto más optimista.

Fuente: "Perspectivas de Tecnología Energética - escenarios y estrategias para 2050", International Energy Agency, Paris 2006. [www.iea.org/Textbase/npsum/enertech2006SUM.pdf]

Ya sea en la capa de ozono o el cambio climático, los consumidores responsables tienen un papel fundamental: a través de sus acciones positivas, el "club de fans de la sustentabilidad" crece! Las potentes multinacionales tendrán un duro reto para mantener su éxito si ignoran sus preocupaciones. Preguntate acerca de sus políticas de CO2! Y no te olvides de mirar tu propio estilo de vida!

Nike, Sony Polaroid y otros se sumaron a WWF Climate Savers Programa - una iniciativa voluntaria para reducir las emisiones de gases de invernadero. *Ver:* [www.worldwildlife.org/climatesavers]

promiso con el medio ambiente para reducir el cambio climático. 70 celebridades francesas hacen público su compromiso en el sitio y el detalle de sus esfuerzos individuales para reducir su impacto medioambiental. [www.defipourlaterre.org]

CeroC02 - *Es una iniciativa española, llevada a cabo por la Fundación Ecología y Desarrollo y la Fundación Natura, con el fin de aumentar la conciencia social sobre la necesidad de adoptar medidas inmediatas contra el calentamiento global.* [www.ceroco2.org]

Si queres saber más sobre estas complejas cuestiones visita [www.safeclimate.net/business/index.php]*;* [www.iisd.org/youth/internetcafe].

www... youthxchange.net

Cuidá el agua

"Una gran cantidad de Guerras en este siglo se originaron por el petroleo pero las del proximo siglo seran por el agua"

[Ismail Seragelgin, Banco Mundial, 1995]

Tenemos que beber, lavar nuestros platos, nuestra ropa, nuestros hogares, a nosotros mismos y nuestros coches con ella. El cuerpo humano está formado en gran parte de agua. Los cultivos alimenticios no crecen sin ella. De hecho, es vital para la supervivencia de todos los organismos vivos. Se puede estar sin ingerir alimentos durante aproximadamente 1 mes, pero sólo 5-7 días sin agua.

El 97% del agua del planeta es agua del océano, inservible para el hombre. Menos del 1% del agua del mundo está disponible para beber y para otros fines, incluida la agricultura y la industria. Este abastecimiento proviene de los ríos, presas de tierra, acuíferos y las fuentes subterráneas.

En todo el mundo, el consumo de agua está en aumento. La disponibilidad de algo tan básico y fundamental como el agua es probable que se convierta en una de las más urgentes y

www... youthxchange.net

En la ficha temática **"pagando el precio justo"** *encontraras la historia de Laxman Singh y su* **[water warriors]**, *en* **"Looking ahead"** *ver cómo una tecnología barata puede cambiar muchas vidas* **[Approtech]**.

En la ficha temática **Facts & figures** *visitá la sección:* **[saving water] - [clean water] - [wetlands] - [acid rain] - [global warming] - [extreme weather] - [hydropower] - [urbanisation] - [tourism]**.

En la sección **Dep´t Store** *encontraras productos relacionados con el agua:* **[pure water sachets] - [desertification kit] - [ecological wall boilers] - [eco-washing machine]**, *etc.*

En la sección **Trainer's room**, *aprendé como llevar a cabo un control del agua doméstica* **[house hold water audit]**, *y, en la sección* **Test & play** *respondé -solo o con tus compañeros de clase- algunos cuestionarios* **[water is basic]** *para descubrir cuanto sabes sobre el agua.*

Guerreros del agua - *En Laporiya, una aldea en la India del norte-occidental estado de Rajastán, Laxman Singh y sus Guerreros del Agua, los jóvenes voluntarios en el Gramin Vikas Navyuvak Mandal (GVNM), han utilizado las costumbres tradicionales para reactivar la zona. La principal misión era elevar la tierra en torno a un estanque de dos metros. En menos de un año, todo el pueblo ha comenzado a participar en la planificación de un modelo global de gestión del agua que va mucho más allá de la reparación y construcción de sus estanques para incluir el riego de 300 hectáreas de tierra de propiedad colectiva de los aldeanos. Como el riego a mejorado las cosechas también. Cerca de 200 pueblos de los alrededores han expresado interés en adoptar el modelo Laporiya. Miembros del Gobierno han comenzado a preparar planes en los sectores agrícolas y los pastizales en estas aldeas.*

[www.ashoka.org/global/ei_casestudies.cfm#laxman]

desestabilizadoras cuestiones relacionadas con los recursos en los próximos años.

Sobre la base del actual aumento de la demanda, el agua económicamente explotable se agotará en algunas áreas críticas en un futuro próximo. Y para el año 2025, 2/3 de la población del mundo podría estar enfrentando una grave escasez de agua.

Una gran proporción de la población del planeta - 2,4 mil millones de personas - no tienen acceso al agua potable. Más de 4 mil millones de personas en todo el mundo no tienen agua corriente en su casa. En algunas partes de África, las mujeres y los niños llevan hasta 20 litros de agua, a menudo durante más de 5 horas, desde las fuentes de suministro de agua más cercanas. Mientras tanto, en los países industrializados, el hogar urbano medio de 4,6 personas utiliza 640 litros de agua por día.

[www.waterweb.org]

En promedio un campo de golf en un país tropical como Tailandia necesita 1.500 kg de fertilizantes químicos, plaguicidas y herbicidas al año y emplea el agua necesaria para abastecer a 60.000 pobladores rurales.

Estas estadísticas son lo suficientemente impactantes, y es muy probable que en el futuro tengamos un desastre de proporciones sin precedentes en nuestras manos, a menos que tomemos en serio la conservación y la gestión del agua.

Estudios recientes llaman la atención sobre el valor económico de los ecosistemas de agua dulce como los humedales, lagos y ríos. A pesar de su importancia, los ecosistemas de agua dulce se ven seriamente amenazados en todo el mundo. En sólo 30 años, el Mar de Aral - anteriormente el cuarto lago más grande del mundo - se ha reducido a menos de la mitad de su tamaño original, y se ha hecho tan salado como el océano.

El mundo desarrollado periódicamente contamina el suministro de agua, ríos y mares, poniendo el equilibrio ecológico en peligro. Todos los días, la gente aporta contaminantes en las distintas etapas del ciclo del agua: desde el vertido de las aguas residuales al mar hasta

En los años sesenta, el flujo de agua en el Mar de Aral comenzó a disminuir alarmantemente. Aguas arriba los sistemas de riego, para el cultivo de arroz y el algodón, consumen más del 90% del flujo natural del agua de los países de Asia central montañas de Tian Shan. Como consecuencia de ello la superficie del mar se redujo. Para más información: [http://enrin.grida.no/aral/main_e.htm]

¿Sabías que? – *Es fundamental darnos cuenta que, cada vez que usas productos para el cuidado del hogar y productos de limpieza - ya se trate de jabón para la ropa, cloro, suavizante de telas o; limpiadores de vidrio, o removedor de manchas, tintes de cabello, el champú o el acondicionador; colonia o perfume; pasta de dientes o enjuague bucal ; Jabón antibacteriano o loción mano - casi todos van por el desagüe. Del mismo modo, cuando tomamos medicamentos, eventualmente excretamos los medicamentos alterados o en forma inalterada, enviamos sus compuestos a los cursos de agua. Los estudios han demostrado que hasta un 90% de su receta original es expulsada sin modificaciones. Las actividades agrícolas que utilizan hormonas de crecimiento y antibióticos en animales, también envían grandes cantidades de estos químicos a nuestras aguas.*

Fuente:
[www.grinningplanet.com]

Programa de Uso Racional del Agua - *La Dirección Nacional de Políticas, Coordinación y Desarrollo Hídrico del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios tiene un programa destinado al uso racional del agua ("Cultura del Agua"). Éste se propone instalar en los distintos niveles de la sociedad "nuevas conductas y actitudes, más conscientes, participativas y responsables, en su relación con el agua", de manera tal de lograr una visión de la complejidad del tema "con miras a una gestión más participativa, equitativa y sustentable". Este programa, al referirse a cuestiones ambientales, incluye el consumo sustentable de un bien tan preciado como el agua. El mismo Ministerio se refiere al tema sobre el uso de la energía, presentando un listado de recomendaciones y acciones a implementar respecto al uso responsable de la energía para las oficinas del su área.*

[http://www.minplan.gov.ar].

Agua embotellada: el costo real *- El consumo mundial de agua embotellada llegó a 154 mil millones de litros en 2004, cinco años antes se consumía un 57% menos, 98 mil millones de litros. Incluso en zonas donde el agua corriente es segura para beber, la demanda de agua embotellada hace que aumente la producción de basura innecesaria y consumiendo grandes cantidades de energía. Aunque en el mundo industrializado el agua embotellada no es a menudo más sana que el agua de canilla, puede costar hasta 1.000 veces más. Solo en EE.UU. el costo es de U$S 2,50 el litro de agua embotellada, y cuesta más que la nafta.*

Estados Unidos es el líder mundial de consumo de agua embotellada, los estadounidenses bebieron 26 mil millones de litros de agua embotellada en 2004, algo así como un vaso por persona cada día. México tiene el segundo mayor consumo, 18 mil millones de litros. China y Brasil le siguen, con 12 mil millones de litros cada uno. Quinto y sexto en el ranking de consumo se ubican Italia y Alemania, con algo más de 10 mil millones de litros de agua embotellada cada uno. Los italianos beben en promedio más agua embotellada por persona que cualquier otro ciudadano del mundo, con casi 184 litros en 2004 - más de dos vasos al día.

En contraste con el agua corriente, que se distribuye haciendo un uso eficiente de la energía e infraestructura, el transporte de agua embotellada a través de largas distancias implica la quema de enormes cantidades de combustibles fósiles. Casi una cuarta parte de todas las botellas de agua cruza las fronteras nacionales para llegar a los consumidores, y son transportadas por barco, tren y camión.

Los combustibles fósiles se utilizan también en los envases de agua. El plástico más comúnmente usado para hacer botellas de agua es el tereftalato de polietileno (PET), que se obtiene a partir del petróleo crudo. Hacer botellas para satisfacer la demanda de agua embotellada estadounidense requiere más de 1,5 millones de barriles de petróleo al año, suficiente para alimentar unos 10.0000 coches en los EE.UU. durante un año. En todo el mundo, unos 2,7 millones de toneladas de plástico se utilizan para embotellar agua cada año.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas exigen para la sustentabilidad del medio ambiente, reducir a la mitad la proporción de personas que carecen de acceso al agua potable para el año 2015. Para el cumplimiento de esta meta, sería necesario duplicar los U$S 15 mil millones al año que el mundo gasta en la actualidad para el saneamiento y abastecimiento de agua.
Si bien esta cantidad puede parecer grande, palidece en comparación con el estimado de U$S 100 millones gastados cada año en agua embotellada.

Fuente: [www.earth-policy.org/Updates/2006/Update51.htm]

Vea también: [www.panda.org/about_wwf/what_we_do/freshwater/news/index.cfm?uNewsID=2250]

Campaña de recolección y encapsulado de pilas usadas. *Ante la imposibilidad económicamente viable de reciclar las pilas, y como tampoco se pueden encapsular en adoquines de cemento ni en ladrillos comunes dado que el humedecerlas o calentarlas adelanta su deterioro y escape del mercurio y ambos son productos porosos, la FUNDACIÓN DESARROLLO SUSTENTABLE lleva adelante, desde Marzo de 2003, una campaña de encapsulado en resina termoestable sintética traslucida reforzada con fibra de vidrio.*

La campaña se denomina: "Por la calidad del agua de Nuestros Hijos" por tratarse de una muy alta e importante contaminación indirecta, y de largo plazo con metales pesados en cursos de agua, lagos y embalses, se realiza en las escuelas localizadas en las cabecera de cuenca de los ríos "Luracatao" y "Santa María" en los Valles Calchaquíes, en el territorio de la Provincia de Salta, República Argentina y es patrocinada por las Empresas locales "Resic Salta" y "Plásticos JDS".

Se comenzó en la cabecera de cuencas debido a la importancia que tienen las pilas para esas comunidades educativas, en su vida cotidiana como única fuente de energía para lograr una comunicación radial que los mantiene informados.
Los técnicos se trasladan a los lugares determinados en la campaña para brindar charlas e interesar a los alumnos en la campaña. Los Directores cuando llegan a la Capital Provincial, traen el cargamento de pilas de todo tipo y cuando vuelven se llevan las "Cápsulas" (Bloques de 20 x 20 x 40 cm), de esta manera se le da continuidad a la campaña, y esto se estimula con el envío de hojas de carpeta, cuadernos, lápices de color, etc.

La cápsula se prepara previamente en una celda de material metálico desplegable donde se colocan las pilas, posteriormente se realiza el llenado con resina, la cual ocupa todos los intersticios. La celda, es unos centímetros mas chica que el

Paso a Paso

Si hacemos los esfuerzos para cambiar la forma en que utilizamos el agua, podemos hacer una diferencia. ¿Qué podemos hacer para ahorrar agua?

> Tomá una **ducha**, no un baño de inmersión. En promedio, un baño usa el doble de cantidad de agua que una ducha.

> Al sustituir **inodoros** y **lavadoras**, pedi modelos con baja utilización de agua.

> Lavar la **ropa** con menos frecuencia. A veces la ropa no está realmente sucia, simplemente, necesita airearse o refrescarse. Tu ropa va a durar más.

> No arrojar **tampones**, **toallas sanitarias**, **pañales** y los **preservativos**, especialmente si usted vive en una zona donde las aguas residuales sin tratar se bombea al mar. Pensa en la próxima vez que vayas a nadar.

> Nunca viertas **productos químicos** del hogar (como el petróleo, trementina y removedor de pintura) por el desagüe.

¿Si querés saber más sobre el agua? Visitá el portal del Agua de la UNESCO [http://www.unesco.org/water/] *u otros sitios relevantes como:* [www.unwater.org/; www.gpa.unep.org]

el depósito de sustancias químicas o peligrosas en nuestros ríos.

La calidad del agua es tan importante como la cantidad en los países en desarrollo y desarrollados. Un estudio de la Organización Mundial de la Salud ha señalado recientemente que la "ingesta diaria admisible" de los plaguicidas se supera ampliamente en el Reino Unido. La lista de contaminantes del agua es larga: herbicidas, nitratos, fosfatos, plomo, petróleo y diversos productos químicos industriales.

Organización Mundial de la Salud, Directrices para la calidad del agua potable, Tercera edición 2004, ISBN 92 4 154638 7 o [http://www.who.int/water_sanitation_health/dwq/gdwq3sp.pdf]
Véase también: Pesticides Action Network UK [www.pan-uk.org]

molde de la cápsula a los fines que ésta tenga una pared periférica de por lo menos 2 cm, aislando así totalmente las pilas del exterior.

Fundación para el Desarrollo Sustentable. Email:
fundesus@fundesus.org.ar

www...
youthxchange.net

Compras responsables

"La injusticia en cualquier parte es una amenaza a la justicia en todo el mundo."

[Martin Luther King, lider de los derechos]

No comprar nada es irreal, pero detener el exceso de la compra es fundamental. El consumo sustentable no es sólo el costo ambiental de la forma en que producimos y consumimos, sino también los costos humanos y sociales.

Innumerables bienes que acaban en los negocios y en nuestras casas, se producen en países en desarrollo, ya que la mano de obra es mucho más económica para las empresas multinacionales. Sin embargo, el acuerdo debe ser justo para todos los implicados. El consumo sustentable alienta la justicia social y el respeto por los seres humanos, los derechos sociales y económicos, que deberían ser para todos los ciudadanos, y no para unos pocos. El trabajo infantil es un claro ejemplo de por que es necesario observar las condiciones y los derechos fundamentales de las personas involucradas en la producción y fabricación de mercancías. Según las estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), alrededor de 211 millones de niños, entre los 5 y 14 años de edad, se dedicaban en el año 2000 a actividades económicas en el mundo.

[www.ilo.org/public/english/standards/ipec/simpoc/others/globalest.pdf]

Estadísticas de la OIT indican que 2 de cada 5 niños en África (32% del total mundial), 1 de cada 6 en América Latina (7%) y 1 de cada 3 en Oceanía, se dedican a actividades económicas. Solamente en África, las cifras están aumentando en 1 millón al año y están encaminadas a superar los 100 millones en el año 2015.

En la India miles de niños trabajan para producir fósforos y fuegos artificiales. Se les paga el equivalente de 48-57 centavos de dolar estadounidense por día y trabajan alrededor de

Los niños en América Latina: *Los niños ladrilleros de Perú, como todos los niños del mundo, deberían estar en la escuela, sin embargo están obligados a trabajar. Producen alrededor de 300 ladrillos por día. No solo tienen problemas intelectuales, tienen baja estatura, los pies planos, problemas en la piel, en los riñones y en la columna por el peso de los moldes.*

Los niños que hacen malabares en las calles de Buenos Aires juegan con fuego frente a los autos. No solo corren riesgo de quemarse sino que están en riesgo constante frente al transito.

En América Latina hay 18 millones de niños menores de 14 años que trabajan. Suelen hacerlo en minas y canteras, en tareas agrícolas pesadas, en basurales, en mercados, en la calle. Muchos de ellos son objeto de explotación sexual

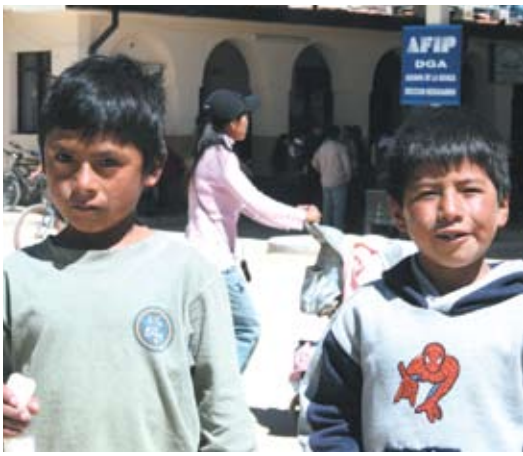
México encabeza la lista de la explotación infantil donde el 32% de los niños trabaja, seguido por Colombia y Perú, ambos con el 27 %, Guatemala 23% y Argentina por último con un 11%.

En la Argentina, y tras la crisis financiera del 2002, el 75 % de los niños se encontraba por debajo de la línea de la pobreza.

En Brasil se prohibió el trabajo antes de cumplir los 16 años y en Argentina, la reciente ley 26.390 elevó la edad mínima a los 15.

La Red de Empresas contra el Trabajo infantil de Argentina, esta formada por 58 empresas líderes del país, de esta manera la empresa privada juega un rol fundamental asociándose con las políticas públicas.

La Fundación Telefónica ha lanzado el programa continental ProNIÑO con un enfoque integral de rescate de los niños del trabajo, fortalecimiento de escuelas pobres, enseñanza de computación en el aula y apoyo a la familia, que esta llegando a 100.000 niños de 13 países.



10 a 12 horas diarias, siete días a la semana. En Pakistán alrededor del 75% de los tejedores de alfombras son niñas menores de 14 años.

"Investigación sobre las Niñas Tejedoras en la Industria de las Alfombras", RUGMARK Society Pakistan, 1999: [www.rugmark.org/news_facts]

En Zimbawue, los niños trabajan en el sector minero. Muchos de los subcontratistas utilizan el trabajo infantil para las minas de cromo y oro paneo. Las normas de seguridad son inexistentes y la ropa de protección no está disponible para los trabajadores.

Sin embargo, esto no es sólo un problema de los países en desarrollo. Según un reciente estudio de UNICEF, aproximadamente 2,5 millones de niños trabajan en países industrializados y en economías en transición. En 2000, alrededor de 171 millones de niños son empleados en trabajos peligrosos en todo el mundo.

[www.unicef.org/protection/files/child_labour.pdf] [www.solidar.org]

Consulte la pagina web del Departamento de Trabajo de los EE.UU. [www.dol.gov] *and the USA Bureau of Labor Statistics* [www.bls.gov]

Los niños están a menudo involucrados en trabajos que no requieren habilidades específicas, sino por el tamaño de las manos, que son pequeñas para el tejido de alfombras, costura, entre otras. A menudo están expuestos a condiciones de trabajo peligrosas y, al ser físicamente vulnerables, a menudo se enferman. Trabajan muchas horas, a menudo reciben poca o ninguna escolaridad y se les paga una miseria.

La triste realidad es que hay muchas familias pobres en todo el mundo que dependen de los ingresos de sus hijos. Algunos políticos creen que el trabajo desempeña un papel importante y positivo en la vida de los niños y en sus relaciones con sus familias, por lo que buscan reformas, pero no el fin al trabajo infantil. El problema es complejo pero

Eliminar el trabajo infantil *- La enseñanza obligatoria ha reducido el trabajo infantil.*

En Egipto, entre 1988 y 1998, la matrícula escolar de 6 a 14 años de edad aumentó del 81% al 89%, mientras que su participación en el mercado y de subsistencia las actividades de la fuerza de trabajo disminuyó del 18,5% al 7,1%.

El trabajo afecta a la matrícula escolar de manera más importante para las niñas que para los niños: 73% de las niñas que participan en el mercado de trabajo en 1998 fueron los trabajadores permanentes y el 54,4% fueron los niños.

UNICEF de 2001, [www.unicef.org/sowc04/sowc04_education_child_labour.html]

Limpieza de alfombras *- Rugmark es una organización sin fines de lucro que trabaja para terminar con el trabajo infantil y ofrecer oportunidades educativas a los niños en Nepal, India y Pakistán. La etiqueta Rugmark significa que la alfombra o tapete a la venta no se produce a partir del trabajo infantil ilegal.*

La etiqueta también verifica que una porción de la alfombra del precio contribuye a la rehabilitación y la educación de los niños tejedores. En 2004, más de 10.000 alfombras que llevan la etiqueta Rugmark se vendieron en América del Norte, lo que marco un incremento del 20% en las ventas.

[www.rugmark.org]

RUGMARK

cualquier solución debe incluir activamente a las familias de los niños afectados, ya que los menores deben ser atendidos en primer lugar.

UNA OPORTUNDIAD PERDIDA

El trabajo no sólo tiene impacto en la salud física y seguridad del niño, ya que sus derechos son ignorados sino también, se les priva de la oportunidad de recibir una educación. En 2005, la UNESCO y UNICEF informaron que 115 millones de niños abandonan la escuela primaria antes que completen el cuarto año de educación, siendo mayoritariamente niñas. Entre los Objetivos de Desarrollo del Milenio se encuentra lograr la enseñanza primaria para todos los niños antes de 2015.

Fuente: http://www.ibe.unesco.org/cops/Animation/UNICEF_%20UES-COrepchild.pdf [www.un.org/millenniumgoals/regionalreps.html]

Las consecuencias a largo plazo del trabajo infantil no son alentadoras. Los niños representan la esperanza y el futuro en cualquier país. Sin educación, las posibilidades de los jóvenes de escapar a empleos mal remunerados y la pobreza se reduce drásticamente y su país se pierde el "capital humano" para ayudar a su economía y la sociedad a crecer.

773 millones de personas, 1 de cada 4 adultos en el mundo en desarrollo, no saben leer ni escribir, 2 / 3 de ellos son mujeres. Proporcionar a cada niño en el mundo una educa-

www... youthxchange.net

Niños brasileños: de vuelta a la escuela - *El Vale dos Sinos en el Estado Federal de Rio Grande do Sul, Brasil, es uno de los principales centros de producción de calzado en el país. La industria del calzado es también muy conocida por su alta incidencia de trabajo infantil. Desde 1996, el IPEC (Programa de la OIT sobre la Erradicación del Trabajo Infantil) ha apoyado un proyecto ejecutado por ASBEM, una organización no gubernamental, orientada a prevenir y eliminar el trabajo infantil y ofrecer alternativas para los niños que trabajan en dos municipios de Vales dos Sinos conocida por la fabricación de calzado, Novo Hamburgo y Dois Irmãos. El programa obtuvo buenos resultados: la industria del calzado de Río Grande do Sul ha adoptado el programa "Términos de Compromiso" en la eliminación del trabajo infantil en su cadena de producción y se está trabajando para adoptar "Código de Conducta" para este sector industrial. En el municipio de Dois Irmãos, el gobierno local ha tomado su propia iniciativa contra el trabajo infantil en la industria del calzado mediante el establecimiento de un centro de educación para 300 niños con el apoyo de las empresas locales. Iniciativas similares están siendo adoptadas por el gobierno local en el municipio de Novo Hamburgo.*

[www.ilo.org/public/english/standards/ipec/about/factsheet/expls-98/exampl3.htm]

ción primaria tendrá un costo adicional de 6 mil millones de dólares americanos, equivalente a 4 días de gasto militar mundial. [www.uis.unesco.org/ev_fr.php?ID=5275_201&ID2=DO_TOPIC]

Existen varias iniciativas en la red para detener el trabajo infantil: [www.icftu.org]

La sensibilización de los consumidores, desafiando las políticas de los gobiernos y las empresas, y la decisión de no comprar un producto si no hay certezas que se ha producido con compromisos éticos, hace posible generar una diferencia. Los consumidores también pueden acudir a las organizaciones de comercio justo, con creciente presencia en el mercado, que garantizan que sus productos respetan el medio ambiente y son producidos respetando los derechos de los trabajadores.

El trabajo infantil es sólo una parte de la problemática de las actuales condiciones de trabajo, la que incluye también los derechos humanos, la desigualdad de género y la necesidad de respetar los trabajadores de países en desarrollo.

Existe una estrecha relación entre el Consumo Sustentable y la necesidad de garantizar los derechos humanos básicos y promover el desarrollo. La pobreza y el daño al medio ambiente (a través de la deforestación y el sobre pastoreo, por ejemplo) se alimentan mutuamente y tienen un efecto dominó sobre los derechos humanos y el desarrollo para las generaciones actuales y futuras.

Para obtener más información acerca de los derechos humanos, lo que abarca y lo que está pasando y donde, visite los siguientes sitios: [www.amnesty.org/actnow]; [www.hrw.org].

La Asociación ADOBE, *es una organización que trabaja en la recuperación y conservación del patrimonio cultural de poblaciones rurales, inauguró en 2006 el Proyecto SACHAMANTA dedicado al comercio justo. Concentran sus actividades en el monte quichua – santiagueño de Santiago del Estero, con la idea de recuperar el trabajo de las teleras santiagueñas.*
En 2001, armaron una escuela de telar para enseñar y recuperar el arte de tejer; mejorando la calidad de vida de las productoras.

http://www.asociacionadobe.com/proyecto_edayo.html

La Fundación PRO YUNGAS, *de Yerba Buena, en la provincia de Tucumán, desarrolla el proyecto Club de madres de Los Toldos, dedicado al comercio justo, que incluye 16 mujeres tejedoras que desarrollan su actividad desde sus hogares.*

Esta modalidad de trabajo, que se concentra en la calidad de vida del individuo, impacta positivamente en la confianza y la dignidad de los trabajadores.

www.fundacionproyungas.com.ar

La Fundación FUNDAPAZ, *trabaja en el desarrollo rural en el norte argentino con comunidades aborígenes y familias campesinas, promoviendo procesos sustentables de organización comunitaria que involucran a 85 mujeres. La ganancia que obtienen con la venta de las prendas le sirve esencialmente para vivir.*

FUNDAPAZ las ayuda en la capacitación y en la promoción de los productos para que tengan entradas permanentes. Para que el comercio justo crezca, se necesita que haya cada vez más consumidores responsables. No se puede asegurar un intercambio justo y solidario sin la presencia de consumidores conscientes y responsables, que reconozcan el verdadero valor de los productos que consumen.

www.fundapaz.org.ar

Los gobiernos tienen el deber de proteger todos los derechos de sus ciudadanos. Lamentablemente, hay demasiados casos en que los derechos humanos son objeto de abusos y los gobiernos hacen caso omiso. El aumento de la conciencia significa que la ciudadanía está comenzando a reconocer la problemática de las prácticas laborales y la explotación de los trabajadores.

El éxito de los boicots, visita: [www.ethicalconsumer.org/boycotts/successfulboycotts.htm]

El boicot, como herramienta de campaña, está ganando popularidad a través de la web. Antes de boicotear, es importante informarse sobre los posibles resultados y los sujetos que realmente fueron los más afectados: la empresa o los trabajadores que están tratando de proteger. Exigir la transparencia y la divulgación de las acciones de las empresas es fundamental para garantizar prácticas leales en otros lugares.

El comercio justo apoya a productores en situaciones de pobreza, concentrando la atención en su bienestar social, sin maximizar las ganancias a costa de ellos. Por lo tanto, no se refiere únicamente al momento de la comercialización sino que enmarca todo el proceso que va desde la organización, la producción, y también el consumo responsable.

www... youthxchange.net

Semillas para un futuro mejor - *Sobre la base de la filosofía de que todos los niños tienen derecho a una educación y una infancia, el Centro para la Solidaridad Internacional del Trabajo del proyecto piloto en Kenya, Uganda, y Tanzania es un buen ejemplo de éxito, con base en un programa comunitario sobre trabajo infantil.*

Los niños que viven en o cerca de las plantaciones agrícolas en África oriental dejan de ir a la escuela primaria con el fin de trabajar en las plantaciones, cuidar de sus familias, o para encontrar otros empleos en las ciudades vecinas. El proyecto fue creado en 1999, y muchos niños han regresado a la escuela. Para ayudar a las familias con los costos conexos, se han creado más de 150 grupos de autoayuda basados en los microcréditos. Con la participación de las familias, las comunidades de las aldeas, los maestros, los empleadores y los sindicatos, el objetivo es luchar contra el trabajo infantil basado en la cultura de la comunidad.

Las reuniones de capacitación se realizan en o cerca de las plantaciones para que sea fácil asistir para todas las partes interesadas.

[www.stopchildlabor.org/internationalchildlabor/PlantationProject]

Paso a Paso

Las siguientes sugerencias están destinadas para asistir en la compra ética:

> Elegí productos fabricados o distribuidos por los fabricantes y los minoristas con políticas éticas, claras y relacionadas con los **códigos de conducta**. Asegurate de que las **cuatro normas** de la Organización Internacional del Trabajo se respetan. Estas son: la libertad de asociación, la abolición del trabajo forzoso, la igualdad, la erradicación del trabajo infantil.

> Mantené tus marcas favoritas bajo continuo **control**; en contacto con su grupo de consumidores para saber más acerca de ellos. Unite a las campañas en la web para mejorar las prácticas de empleo en la industria manufacturera.

> Tené en cuenta las políticas éticas de las empresas. Informate sobre los productores que pagan sueldos mas bajos de lo que corresponde a sus trabajadores o utilizan mano de obra esclava, o cuyos proveedores apoyan la **esclavitud**.

> Siempre que sea posible, elegí productos/servicios etiquetados con la leyenda **"NO al trabajo infantil"**.

> Si es posible, elegí productos y servicios etiquetados como **"NO los ensayos con animales"**.

> Desarrollá tu sentido crítico hacia los productos/servicios que utilizan las **declaraciones** engañosas.

> Intercambiá **información** y **experiencias** sobre la ética y mercancías con otros consumidores.

Visitá el sitio web o recorré los informes de Amnistía Internacional, sobre la tortura, las ejecuciones extrajudiciales, los presos de conciencia, frecuente violencia oficial en contra de la opinión pública, tolerancia de la esclavitud. [www.amnesty.org].

Visitá el sitio web de las organizaciones que luchan contra la esclavitud, tales como [www.antislavery.org]

Sub Programa Cadenas de Valor Artesanal *(SPCV), dependiente del Programa de Extensión del Insituto Nacional de Tecnología Industrial, se crea en el año 2004 para fortalecer, enmarcar y rendir transferibles, desarrollos de metodologías y herramientas de intervención sistémica en cadenas productivas micro regionales.*

Estos desarrollos obedecen a una práctica de investigación-extensión que pretende mejorar la calidad de las intervenciones públicas y/o privadas tendientes a aumentar la competitividad e inclusión de sistemas productivos socio comunitarios microregionales, en donde unidad productiva y unidad familiar coexisten vinculadas al desarrollo territorial. La organización de la producción a partir de la integración eficiente y eficaz, en cada proceso y nivel, de la agregación de valor de unidades productivas familiares y/o domésticas de asentamiento local, es una estrategia adecuada para aumentar la capacidad competitiva en este tipo de sistemas y puede orientarse a la construcción de una "cadena de valor microregional". Esta forma de intervención se vincula íntimamente con la organización socio comunitaria en expresiones sociales que superan el asociativismo e involucran la construcción de pactos y estrategias más allá de lo productivo y/o comercial.

En esta dimensión, lo tecnológico y financiero se entrelazan con lo cultural y antropológico, complejizando la práctica de la extensión y forzando el recurrir al desarrollo de marcos teóricos y procedimentales complejos, de construcción multidisciplinaria y abordaje sistémico.

http://www.inti.gov.ar/extension/cadenavalor.htm.

Valorá la vida

"Primero, fue necesario civilizar al hombre en su relación con el hombre. Ahora, es necesario civilizar al hombre en su relación con la naturaleza y los animales"

[Víctor Hugo, poeta francés]

El derecho a una existencia digna no es un derecho exclusivo de los seres humanos. La conciencia acerca de nuestra interrelación con la naturaleza y las consecuencias de la actividad humana sobre el medio ambiente es un elemento clave para comprender el significado del desarrollo sustentable.

El trato que damos a los animales (criados para el consumo y en cautiverio), la importancia que le damos a la protección de la biodiversidad y la preservación del equilibrio ecológico son temas separados pero relacionados entre sí. En esta sección encontrarás información sobre estos temas. Corresponde a cada cual tomar sus decisiones de acuerdo con el estilo de vida y prioridades que elijan dentro del contexto de la sustentabilidad

ANIMALES DE GRANJA

La gente está cada vez más preocupada por saber que trato reciben los animales durante el proceso de elaboración de los productos (granjas intensivas, pruebas de cosméticos con animales, etc.).

La crueldad puede evitarse siguiendo algunos principios fundamentales. Trata a los animales con respeto: proporcionándoles alimento y techo adecuados, asegurándote que reciban los cuidados veterinarios básicos, que vivan en condiciones sanitarias e higiénicas

www... youthxchange.net

Producción Intensiva de huevos. *Práctica cruel. El 98% de las gallinas que se utilizan para poner huevos pasa su vida en jaulas dentro de enormes bodegas. Las gallinas son metidas en jaulas donde ni siquiera pueden darse la vuelta o extender un ala. Cada año, millones de pollos macho son desechados en bolsas de basura hasta que se ahogan o mueren de hambre, porque son inútiles para la industria. Para evitar comportamientos neuróticos o violentos ocasionados por el estrés del confinamiento, a las gallinas se les mantiene en semioscuridad y sus picos son cortados con una navaja. Los alambres de las jaulas dañan sus plumas, su piel y deforman sus patas. Para forzar a las gallinas a otro ciclo de puesta, los granjeros las dejan durante días en la oscuridad y sin comer ni beber, lo cual ocasiona que pierdan plumas y peso. Aun cuando las gallinas pueden vivir por más de quince años, sus vidas son acortadas a dos años en esta industria. Generalmente el máximo producido en estas condiciones es de 400 huevos por gallina. Cuando dejan de producir se las mata. Su carne se usa para comida de animales de compañía o para preparar caldos.*

Fuente:
PETA/www.animanaturalis.org

aceptables, y que nunca se los golpee o alimente a la fuerza.

La producción de alimentos nos afecta a todos. Podemos rechazar los productos que no han sido elaborados de una manera humana.

Elegir huevos y carne criados en libertad, en el campo o en granjas no solo es mejor para el animal sino también para el consumidor: a veces la higiene y la calidad de la carne y otros productos provenientes de granjas industriales puede ser muy baja. Los escándalos relacionados con la producción de los alimentos provenientes de los animales, tal el caso de la enfermedad de las vacas locas, nos han hecho más conscientes de la relación que existe entre las condiciones sanitarias y de alimentación de los animales con nuestra propia salud.

Las empresas se han dado cuenta que los consumidores quieren evitar la crueldad innecesaria: según el FORO DE INVERSIÓN SOCIAL en los Estados Unidos de América se invierten 84 mil millones de dólares en compañías y organizaciones libres de crueldad y miles de millones más en Europa y otros lugares.

En 1979, REVLON fue una de las primeras grandes compañías que financió una investigación para encontrar alternativas a la experimentación en animales, con una contribución de 750.000 dólares para la UNIVERSIDAD ROCKEFELLER. Otras organizaciones como el CENTRO JOHN HOPKINS PARA ALTERNATIVAS A LA EXPERIMENTACIÓN DE ANIMALES (CAAT), han iniciado sus propios programas para investigar alternativas. La experimentación en animales aún prevalece en las grandes corporaciones, pero hay ya varios cientos de compañías que elaboran productos sin crueldad.

[www.leapingbunny.org]

Para un listado completo de compañías, visitá: [www.allforanimals.com/cruelfree1.htm] *ó* [www.naturewatch.org].

Prueba de cosméticos y productos de aseo personal y limpieza en animales.
Cada año, millones de animales son sometidos, en vida, a innumerables pruebas y experimentos muy dolorosos para determinar la seguridad de productos cosméticos, de aseo personal y limpieza. En ocasiones, estos experimentos se ocultan tras leyendas como: "clínicamente testado" o "testado bajo control dermatológico".

Ejemplos de "experimentos" para garantizar la seguridad del consumidor:
> Espuma de Afeitar: Se mete a presión en el estómago de los animales.
> Laca para Cabello: Se hace inhalar la sustancia hasta lograr el coma.
> Shampoo: Se obliga a animales a ingerirlo y se les introduce el producto concentrado en los ojos a los conejos
> Dentífrico: Se fuerza a conejos, ratas y cobayas a ingerirlo.
> Máscaras y Sombra de Ojos: Se introduce en los ojos de conejos hasta la ceguera total.
> Maquillaje: Se extiende sobre la piel afeitada de animales sensibles.
> Solución para Lentes de Contacto: Se introduce en los ojos de conejos, más sensibles que los ojos humanos.
> Jabón: Se fuerza la irritación de la piel de animales afeitados.
> Bronceadores: Se expone a conejos con la piel afeitada a rayos ultravioleta para probar estos productos.

Cabe destacar que estas pruebas son innecesarias y que numerosos laboratorios utilizan métodos de investigación y pruebas de seguridad sin animales.

Vos podes evitar estas prácticas decidiendo no comprar productos de empresas que testean en animales. Las que así lo hacen, generalmente tienen la siguiente consigna en sus envases: "NO TESTEO EN ANIMALES".

Más información:
www.addaong.org

La experimentación en animales es un tema controvertido. Las opiniones de las personas acerca de pruebas en animales no siempre son claras y a menudo dependen de percepciones individuales y experiencias personales.

FORTALEZA EN LA DIVERSIDAD

Los seres humanos compartimos este planeta con al menos 15 millones de otras especies. Todas ellas juegan un papel determinado en la construcción y mantenimiento de los complejos ecosistemas que sostienen todas las formas de vida. Las especies están desapareciendo a una velocidad alarmante; la tasa de extinción actual no se sabe con certeza, pero los científicos calculan que es de 1.000 a 10.000 veces más de lo que sería sin un desarrollo industrial descontrolado.

Visita: [www.iucn.org]

La amenaza de extinción es producto de varias razones interconectadas entre sí. La sobre-explotación de plantas y animales y de su hábitat, la introducción de especies ajenas a los ecosistemas, así como el cambio climático, la contaminación y las enfermedades, todos ellos son factores que amenazan el equilibrio ecológico ente las especies.

La diversidad es un recurso preciado: la interdependencia de diferentes especies requiere de un cuidadoso manejo. Alrededor del 30% de todas las medicinas que se encuentran en las farmacias se han desarrollado a partir de plantas silvestres y animales. Un gran número de estos se alberga en ecosistemas únicos y, desafortunadamente, amenazados. Mantener la diversidad es pertinente en muchos niveles: paradójicamente, las regiones del mundo más ricas en biodiversidad, con frecuencia también tiene la gente mas pobre. El reto

Sin sufrimiento - *En Argentina, no es difícil encontrar alternativas, en la mayoría de los supermercados y casas naturistas (dietéticas) se puede conseguir shampoo, dentífricos y artículos de limpieza no probados en animales. Es muy importante también que leas los envases y sepas lo que contiene cada producto, evitá comprar productos que contengan: Aceite de Visón, Aceite de Tortuga, Almizcle o Musk (que cuando no es indicado como vegetal, proviene de glándulas de cérvidos), Ambar, Carmín (obtenido de la cochinilla), Colágeno (puede ser vegetal pero requiere certificación), Elastina, Esperma, Glicerina, Placenta, Queratina, Reticolina, Seda y derivados, Shellac, Timo, Zibetto.*

En junio de 2008 se realizó en pleno centro de la ciudad de Buenos Aires la campaña "¿Cuántas Vidas para un abrigo?", encabezada por la famosa actriz Marcela Kloosterboer, y donde decenas de activistas representan con su cuerpo los miles de animales que mueren a causa de la utilización de sus pieles como prendas de vestir. Por ejemplo para realizar un solo abrigo de pieles son necesarias 300 chinchillas, 250 ardillas, 60 visones, 15 zorros u 8 focas; la vida de los animales encerrados en pequeñas jaulas los lleva muchas veces a la automutilación y los métodos de matanza van desde los golpes hasta la electrocución anal. Activistas, famosos, y mucha prensa se dieron cita por la defensa de los derechos de los animales.

de este siglo es preservar la biodiversidad, al tiempo que se elimina la pobreza.

Un avance en este sentido fue la suscripción de la CONVENCIÓN PARA LA DIBERSIDAD BIOLOGICA (CDB), que está a favor de un enfoque global, y ha sido ratificada por 180 países. La convención hace un llamamiento a la cooperación internacional para conservar la diversidad biológica, utilizar los recursos biológicos de manera sustentable y asegurarse de que los beneficios que se generen de su uso se distribuyan con justicia.

La gestión efectiva de los recursos significa repensar varios sectores de la actividad humana, tales como la agricultura, la pesca, el turismo, la educación y el cuidado de la salud. La protección de la biodiversidad, en efecto, promueve sociedades sustentables, de manera particular entre los indígenas, que son quienes mejor conocen los ecosistemas más cercanos a ellos.

Regular el comercio de las especies es una forma de protegerlas. El CONVENIO SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL DE ESPECIES AMENAZADAS DE FAUNA Y FLORA SILVESTRES (CITES, por sus sigla en inglés), es un acuerdo internacional al que los países se adhieren voluntariamente (actualmente son partes 173 países), cuya finalidad es velar por que el comercio internacional de especímenes de animales y plantas silvestres no constituya una amenaza para su supervivencia, es decir que la fauna y flora sometida al comercio internacional no se explote de manera insustentable. Únicamente el tráfico de drogas y armas excede al tráfico ilegal de animales y plantas en el mundo. La demanda de mascotas, alimentos, medicinas exóticas (como el hueso de tigre, y el cuerno de rinoceronte) y otras curiosidades alimenta este negocio y arrasa con las poblaciones de especies.

Visita: [http://www.cbd.int/]

Si queres saber más visita: [www.traffic.org/news/salaw]

En Argentina - *desde la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, se está implementando el Programa Nacional de Manejo y Uso Sustentable de Especies Silvestres, en cuyo ámbito se elaboran y acuerdan las políticas nacionales para la conservación y uso sustentable de la fauna silvestre. También busca revalorizar los ecosistemas a través del uso de la fauna silvestre para evitar su reemplazo por sistemas de producción intensivos y a la vez beneficiar a las comunidades locales que históricamente han hecho uso de sus recursos. Y, cuando es posible, se ejecutan acciones de conservación de hábitat, tal como la creación e implementación de Áreas Naturales Protegidas.*
Actualmente se está trabajando sobre las siguientes especies: loro hablador, lagartos overo y colorado, guanaco, zorros, boas, vicuñas, nutrias, carpincho, entre otros.

Más información:
http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=129

www...
youthxchange.net

Hay algunas historias exitosas acerca de casos en los que la extinción o disminución de especies se ha evitado: el rinoceronte negro y el elefante africano son dos ejemplos muy conocidos. Entre 1979 y 1989, los cazadores furtivos redujeron la población del elefante africano de 1,3 millones a 625.000 ejemplares, pero como resultado de la acción conjunta entre gobiernos y un grupo de acción para la protección de la fauna silvestre, el número de elefantes está de nuevo en aumento. Sin embargo, un gran número de especies aún permanece bajo amenaza.

Time Europe, *17 de Abril de 2000 Vol.155 No.15.*

Para mayor informacion sobre estas u otras especies visita estos sitios web: [www.eia-international.org]; [www.eia-international.org/Campaigns/Elephants/Updates/t0000053]; [www.ecocrimes.org].

Paso a Paso

Las siguientes sugerencias pretenden ayudar al comercio sin perjudicar la biodiversidad:

- Recuerda que algunos productos «naturales» no son necesariamente la mejor alternativa al momento de comprar! Algunos incluyen **plantas** o **animales** capturados en el medio silvestre o productos derivados de especies en peligro de extinción.
- En las vacaciones, investigá antes de comprar productos vegetales y animales. No compres artesanías u otros bienes elaborados a partir de coral, carey o de otras especies en **peligro de extinción**.
- Cuando viajes al extranjero, pensá antes de comer. Las **comidas exóticas** son una gran parte de la experiencia de tus viaje, pero sabes si la carne proviene de animales en peligro de extinción.
- ¿Enloquecés por los **frutos del mar**? Elegí comer aquellas especies que no se encuentran en peligro de extinción. Casi el 70% de las poblaciones de peces están ahora plenamente explotada, el exceso de pesca esta poniendo a muchas especies en peligro de extinción.
- Elegí **'comercio justo'** de productos (por ejemplo, un número de fabricantes ofrecen ahora el chocolate y el café que preservan el bosque, no usa mano de obra infantil, no utiliza productos químicos, y ofrece a los productores un precio justo).
- Comprar productos de estación, o aún mejor: comprar **productos orgánicos** de temporada. Esto evitará los pesticidas que amenazan tanto su salud y el ecosistema.
- Elegí productos de limpieza del hogar con los ingredientes que se descomponen naturalmente en el medio ambiente y no terminan en el **mar**, no contaminan los **suministros de agua** y no dañan la salud de las personas y la vida silvestre.
- Deshazte de los productos **químicos** domésticos, los residuos de aceite y pintura correctamente: no los tires por el desagüe.
- El **compost de residuos**: así como la reducción de la carga de los vertederos, las pilas de compost puede proporcionar valiosos **hábitats** para la vida silvestre.
- Elegí los **productos de madera** certificada que lleva la etiqueta *Forest Stewardship Council* etiqueta, lo que demuestra que provienen de bosques bien manejados.

www...
youthxchange.net

Entrenamiento en compras éticas - *Ya sea que vayas a la vuelta de la esquina o a cualquier lugar del mundo, te podes encontrar con productos que ponen en peligro o amenazan la vida silvestre. A veces podés no saber que lo que compras contiene algo cuestionable. Por lo tanto, te toca a vos leer las etiquetas, hacer preguntas, pedir la documentación. Utilizá el poder del consumidor para proteger la vida silvestre. Para ayudar en tus decisiones de compra - ya sea en tu país o en el extranjero - WWF ha creado una tienda virtual turística y farmaceútica.*

[www.worldwildlife.org / buyer-beware]"

Estar a la moda

"La moda es una forma de fealdad tan intolerable que tenemos que modificarla cada seis meses".

[Oscar Wilde, Dramaturgo, poeta y novelista Anglo-Irlandes]

Fuente: [http://en.wikipedia.org/wiki/Fashion]; [http://en.wikipedia.org/wiki/Dress_code]; [www.fashion-era.com/sociology_semiotics.htm]; [http://online.sfsu.edu/~kendrav/fashion/]; Joanne Finkelstein, Chic Theory, in Australian Humanities Review, 1997 [www.lib.latrobe.edu.au/AHR/archive/Issue-March-1997/ finkelstein.html]; [www.marquise. de/en/misc/fashion. shtml].

¿Qué es la moda? Durante siglos, los individuos y sociedades han usado ropa y otros adornos corporales como una forma de comunicación no verbal para indicar su actividad laboral, posición social, género, disponibilidad sexual, origen geográfico, clase, riqueza y pertenencia grupal.

Lo que vestimos, cómo y cuándo lo vestimos, transmite a otros de manera taquigráfica, pero sutilmente, una situación social. La moda es un lenguaje de signos y símbolos, un lenguaje internacional, una suerte de arte común, a través del cual la cultura examina sus propias nociones de lo qué es bello y bueno.

Lectura recomendada: Roland Barthes, el lenguaje de la moda, Berg Editores, Oxford (UK), Marzo de 2006, pp 224: [www.bergpublishers.com]

La moda no se refiere sólo a vestirse. La moda está por todos lados, es algo que pasa alrededor nuestro, constantemente se relaciona con nuestras ideas y comporta-

Eco Moda y la Ética - *Desde 2004, cada otoño, París, la más glamorosa pasarela de alta costura en el mundo, acoge a la Ethical Fashion Show. Concebido y organizado por el amor universal francés, el show invita a los diseñadores para mostrar sus talentos y experiencias para debatir acerca de cómo hacer la industria de la moda más sustentable.*

Reune a gente de todas partes del mundo, entre ellos Bangladesh, Brasil, Francia, Costa de Marfil, Madagascar, Filipinas, Senegal, Sudáfrica y el Reino Unido.

[www.ethicalfashionshow.com]

www... youthxchange.net

mientos. De hecho, la moda abarca ropa, accesorios, joyería, cortes de pelo, belleza, arte corporal, arquitectura, diseño, arte y artesanía, música y mucho más.

La moda, por definición, cambia constantemente. Estos cambios pueden ocurrir más rápidamente que en otros campos de la actividad humana (lenguaje, pensamiento, etc.). Para algunos, la rapidez de los cambios modernos en la moda encarnan muchos de los aspectos negativos de las sociedades occidentales: esto implica un desperdicio de recursos y alienta a las personas a comprar cosas que no necesitan.

Otros, especialmente los jóvenes, disfrutan de la diversidad que aparentemente puede proveer una moda tan dinámica viendo el cambio constante como una manera de satisfacer su deseo de experimentar "nuevas" e "interesantes" cosas.

En todos lados – y en algunas ocasiones a pesar de muy malas condiciones de vida - los jóvenes son fuertemente influidos por las tendencias de la moda. Las ropas y accesorios alientan un sentimiento de pertenencia social dentro de la "tribu", el grupo de pares de referencia. Asimismo, la publicidad y la industria textil conocen muy bien cómo explotar esa búsqueda juvenil de identidad.

Anita Roddick, co-fundadora de The Body Shop, marca un hito en el mundo del activismo, ética en los negocios, los derechos humanos, ecologismo, y mucho más: [www.nologo.org].

www...
youthxchange.net

La Carrera de Diseño de Indumentaria de la Facultad de Arquitectura, Diseño, Arte y Urbanismo de la Universidad de Morón, *junto al Instituto Superior de Diseño (ISDI) de la Habana, con su especialización en la misma profesión, realizaron en el año 2005 en La Habana, Cuba, el Proyecto "Una Tela, Dos Ciudades".*
La idea de este evento surgió en el marco del "Programa Latinoamericano de Cooperación en Diseño y Producción Textil" entre el Instituto Tecnológico de Diseño (ITEDI) de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Morón y la Organización Nacional de Diseño Industrial (ONDI) de Cuba, impulsando en este sentido importantes mecanismos de cooperación internacional, cultural y comercial.
Así mismo, en consideración a las condiciones ecológicas y de biodegradabilidad de los materiales que se usaron, el programa se inscribió en el "Acuerdo de Producción Limpia" del PNUD Naciones Unidas, y el respaldo de la Asociación Latinoamericana de Diseño (ALADI).
El proyecto tenía como objetivo central el diseño y pre-producción de indumentaria y accesorios en base de una misma materia prima: "tela ecológica de algodón", utilizada originalmente para la confección de las bolsas para la cosecha del mismo, considerando a su vez, las culturas y realidades de cada ciudad en particular.

Universidad de Morón:
arquitectura@unimoron.edu.ar

La globalización y los íconos universales que se "producen" a través de diversos canales, como internet, cine, revistas y músicas juegan un rol crucial en este proceso. Esto tiene un doble efecto: por un lado permite a las principales marcas y nombres publicitar y – mas de uno diría - imponer ciertos estilos de vida y expresiones textiles. Como resultado de ello parece que la población –especialmente la joven - se viste, come y actúa de la misma manera en todos lados.

Por otro lado, la globalización abre una ventana a la ropa, comportamientos y hábitos de diferentes personas alrededor del mundo, influenciando modas, y haciendo que las ideas se desplacen. Esto estimula la curiosidad de las personas acerca de donde proviene su ropa. Muchos jóvenes buscan un "look étnico", resultado de mezclar diferentes prendas provenientes de distintos países. Este look lleva como mensaje: "soy un ciudadano del mundo y estoy interesado en otras culturas y gente".

¿DEBO TENERLO?

Hoy en día, la necesidad de aprobar el examen de la moda significa – al menos en los países industrializados – gastar buena parte de la vida en un círculo de dietas, gimnasia,

¿Como lucir a la moda y justo? Varias revistas sustentables publican en la web. Inspirate! [www.sustainablestyle.org]; [www.treehugger.com]; [www.springwise.com/fashion_beauty]; [www.ekwo.org]; [www.ethicalfashionshow.com]

Coopa-Roca - *Rocinha Costurera y Artesanía Co-operative Ltd (Coopa-Roca) utiliza remanentes textiles para crear tejidos de vanguardia, adornando prendas de vestir y productos de decoración como lámparas, alfombras, ropa de cama, sábanas, etc.*
La iniciativa - en la mayor favela de Brasil - comenzó cuando María Teresa Leal, alentó a un grupo de 5 mujeres para la fabricación de productos textiles de los remanentes de fábrica. El trabajo de Coopa-Roca se ha mostrado en exposiciones y se ha informado en los medios de comunicación brasileños e internacionales de prensa. La cooperativa cuenta ahora con 150 artesanas y una gran cartera de trabajo en colaboración con algunos diseñadores de moda y artistas de Brasil más conocidos. El objetivo de la cooperativa es que las mujeres puedan trabajar desde casa, lo que contribuye al ingreso mensual de la familia, así como al cuidado de sus hijos al mismo tiempo.
[www.coopa-roca.org.br/en/index_en.html]

El Instituto Nacional de Tecnología Industrial, *mediante el Programa de Certificación voluntaria del INTI para empresas de Indumentaria, lanzó esta iniciativa, aportando sus recursos humanos y tecnológicos para la consolidación de un modelo de producción y consumo sustentable. A esta iniciativa se llega incorporando a los ya tradicionales conceptos de gestión de la calidad, los nuevos modelos de responsabilidad social, ya que no podría concebirse la "calidad" de un producto fabricado bajo condiciones degradantes de la condición humana o el ambiente. Las empresas que adhieran al programa, implicando en el mismo a toda su red de proveedores, una vez que cumplan los requisitos del mismo, y sean auditadas por el INTI, recibirán del Instituto una Certificación que acredita su compromiso.*

http://www.inti.gov.ar/novedades/compromiso_social.htm

cirugías estéticas y otros regímenes; hacer compras buscando lo último en ropas, teléfonos celulares, reproductores musicales, autos, etc. Estos símbolos de status pueden dejar de estar a la moda en una temporada y las víctimas de la moda ser empujadas a comprar los últimos modelos cada seis meses.

Los consumidores, especialmente los jóvenes, se enfrentan frecuentemente con la elección, aparentemente contradictoria, por un lado, de querer ayudar a la gente, y por el otro, tener el deseo hedonístico de comprar lo último de las marcas.

En una primera mirada, nada parece más opuesto a una vida sustentable que la moda: esta última es un símbolo de superficialidad, desperdicio de recursos, etc. y el primero está fuertemente relacionado con temas complejos (y poco a la moda) como "la vida sencilla" optando por bienes de larga duración, etc.

Pero olvidando nuestros prejuicios, descubrimos que un fuerte vínculo entre moda y sustentabilidad es posible y útil para ambos, haciendo a la moda un poco menos superficial y la sustentabilidad un poco más seductora.

La moda sustentable corresponde a un modo moderno, holístico y ético de pensar. Los bienes sustentables pueden tener onda, competitividad y atracción como otros bienes. De acuerdo con muchos estudios, cada vez más consumidores aprecian el enfoque conciente, especialmente cuando compran bienes de alta calidad.

LA INDUSTRIA TEXTIL / LA GENTE

Sea lo que sea que vistas, tu ropa te vincula con la gente que la ha hecho (donde sea que ellos vivan, cerca o lejos)

La industria textil está concentrada fuera de Europa occidental y América del Norte. Los trabajadores textiles por lo general están bajo condiciones paupérrimas con bajos niveles de salud y seguridad. El 90% de ellas son mujeres, trabajando en fábricas, talleres o en sus propias casas. Muchos son adolescentes y algunos incluso niños. Sus salarios están frecuentemente por debajo del nivel de subsistencia con jornadas laborales largas y frecuentemente deben hacer horas extras y se les impide organizarse sindicalmente.

Visita: [www.cleanclothes.org/codes/intro.htm]
Visita también: [www.sweatshopwatch.org]; [www.corpwatch.org]

Coaliciones de ONGs, diseñadores y sindicatos (como Clean Clothes Campaign)

Código Corporativo de Conducta - *A diferencia de la legislación laboral, los códigos de conducta empresariales no tienen ninguna definición autorizada. El concepto empresarial de "código de conducta" se refiere a la politica de las empresas que definen las normas éticas de su conducta. Hay una gran diferencia en la forma en que estas declaraciones son redactadas.*

Los códigos de conducta empresariales son totalmente voluntarios. Ellos pueden tomar una serie de formatos y abordar cualquier cuestión: el lugar de trabajo y cuestiones de los derechos de los trabajadores es sólo una categoría posible. Además, su aplicación depende totalmente de la empresa en cuestión.

Fundamentalmente, un código de conducta depende de su credibilidad: la medida en que es tomado en serio por la industria, sindicatos, consumidores y gobiernos. La credibilidad, a su vez, depende de la supervisión, ejecución y transparencia: la medida en que los extranjeros contratistas y subcontratistas, los trabajadores, el público, las organizaciones no gubernamentales y los gobiernos son conscientes de la existencia del código y el significado.

Un código que puede hacerse transparente a través de su publicación y difusión a través de la formación y en relación con sus disposiciones. El control puede ser interno (por ejemplo, a través de un comité, el defensor del pueblo, la presentación periódica de informes, obligaciones, visitas sobre el terreno, o líneas calientes) o externas (por ejemplo, a través de una ONG, auditor externo, o consultor).

[www.itcilo.org/actrav/actrav-english/telearn/global/ilo/code/main.htm#The%20Concept]

buscan mejorar estas condiciones tanto como sea posible, organizando campañas y otros eventos concientizadores que enfocan la atención de los medios y el público en general sobre la situación de los trabajadores.

Gracias a estas iniciativas, muchos consumidores han tomado conciencia de los problemas que existen a lo largo de la cadena productiva. Los trabajadores del sector productivo también han empezado a defender sus intereses. Desafortunadamente, las mejoras reales en las condiciones laborales de las cadenas productoras textiles y de ropa deportiva, han quedado limitadas a las condiciones de seguridad y salud en las primeras etapas del proceso productivo.

En este sentido, se han establecido redes internacionales entre actores claves con el propósito de lograr más mejoras.
Más y más organizaciones creen que los códigos de conducta laboral pueden generar una contribución efectiva y creíble a las condiciones laborales sólo si su implementación involucra un número amplio de actores clave incluyendo gobiernos, sindicatos y asociaciones empresariales.

Muchos trabajadores de países en vías de desarrollo vienen uniéndose para formar cooperativas en las cuales puedan producir sus propios bienes.

¿Qué sucede con las empresas? La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha transformado en una consigna que entró en el debate global. Mientras que las compañías se han vuelto mas poderosas a nivel mundial, en general, reconocen que deben tener una responsabilidad social y que se deben discutir las reglas y las regulaciones. En la actualidad, los consumidores consideran que las empresas deberían responsabilizarse de las condiciones laborales de sus proveedores y los impactos ambientales de la producción a lo largo de toda la cadena y fijar esa política en el papel, como código de conducta.

LA INDUSTRIA TEXTIL Y EL AMBIENTE

La industria textil utiliza fibras naturales como la lana, la seda, el lino, el algodón, el cáñamo, y fibras artificiales, la más común de origen petroquímico.

Mucha de nuestra ropa contiene poliéster, elastano o lycra. Estas fibras económicas y fáciles de cuidar se están convirtiendo en la solución milagrosa para la industria textil. Sin embargo, su manufactura genera contaminación y sus productos son difíciles de

Las fibras sintéticas están hechas de polímeros que no se producen naturalmente sino que se manufacturan en plantas químicas o laboratorios, casi siempre de los productos derivados de petróleo o gas natural. Estos son polímeros de nylon y polietileno tereftalato, que también se incluyen muchos otros compuestos, como acrílicos, poliuretanos, entre otros. Millones de toneladas se producen cada año (en 2004, la producción mundial llegó a 34,6 millones de toneladas, un 8,9% en comparación con 2003). Fuente: [http://concise.britannica.com/ebc/article-9108501/man-made-fibre] and [www.marketresearch.com]

La Iniciativa Conjunta (Jo-In) - *Los códigos de conducta de la mano de obra se han convertido cada vez más importante en los últimos años. Pocas organizaciones se han comprometido a verificar que las empresas estén aplicando correctamente los códigos. Otras organizaciones apoyan a las empresas a poner en practica los codigos de manera mas eficaz. Seis organizaciones han iniciado conjuntamente un proyecto llamado la Iniciativa Conjunta sobre la responsabilidad de las empresas y los Derechos de los Trabajadores. Los participantes son los siguientes: Iniciativa de Comercio Ético (ETI), Londres, Reino Unido; Feria Use Foundation (FMF), Amsterdam, NL; Campaña Ropa Limpia (CCC), Amsterdam, NL; Fair Labor Association (FLA), Washington DC, EE.UU.; trabajadores Derechos Consortium (CMR), Washington DC, EE.UU.; Social Accountability International (SAI), Nueva York, EE.UU.. Juntos, que llevó a cabo un proyecto para verificar los códigos de conducta y mejorar las condiciones de trabajo en las empresas de prendas de vestir en Turquía. El proyecto se desarrolló entre mayo de 2004 hasta aproximadamente mayo de 2007. Los resultados del proyecto determinarán las "mejores prácticas" en la aplicación del código de conducta y llevar a cabo mejoras. Los resultados se publicarán en todo el mundo y una directriz para la aplicación efectiva de los códigos de conducta estará disponible.*

[www.jo-in.org]

www... youthxchange.net

reciclar (el nylon demora de treinta a cuarenta años en descomponerse).

Según la Red de Acción en Plaguicidas, el algodón representa el 22% de todos los insecticidas usados, aproximadamente U$S 2,5 mil millones en todo el mundo cada año. [www.pan-international.org]

Fibras "naturales" como el algodón tampoco son limpias. Aunque el algodón ocupa menos del 3% de la tierra cultivada del mundo, consume cerca de un cuarto de los insecticidas y 10% de los herbicidas.

Simon Ferrigno, Organic Cotton Fiber Report - Spring 2006, Organic Exchange, Oakland, April 2006. [www.organicexchange.org]

Las nuevas fábricas amigables con el ambiente están compuestas de materiales que se supone generan menos daño al ambiente como el algodón y la lana orgánica, producidos sin químicos sintéticos ni pesticidas, o plantas más resistentes o de crecimiento mas rápidos como el bambú o el cáñamo con relativamente pocos pesticidas y fertilizantes.

En Chubut hay unos 42 establecimientos ovinos con certificación orgánica, los que trabajan en la consolidación del esquema de diferenciación de sus lotes bajo la denominación de "Lana Fina Orgánica de la Patagonia", sumando para la zafra 2008 un total cercano a 1.000.000 de kilos.
Fuente: [www.portal-patagonico.com.ar]

El número de marcas que usan algodón orgánico está creciendo en el mundo. A consecuencia de esto, las ventas anuales de algodón orgánico crecieron un 35% en el mundo y 55% en EE.UU. entre 2001 y 2005.
Sin embargo, el algodón orgánico certificado representa actualmente sólo un 1% del algodón cultivado en el mundo.

Remeras: *El mundo de la moda puede ser elegante, atractivo y emocionante, pero ¿Pensaste alguna vez acerca de su impacto más amplio? Desde un punto de vista medioambiental, la ropa que usamos puede causar una gran cantidad de daños.*

El algodón, por ejemplo, es uno de los productos agrícolas más ampliamente producidos en todo el mundo, proporcionando casi el 50% de las necesidades mundiales de la industria textil. Es comúnmente pensado como un producto «natural» y, a su vez como una alternativa eco-amigable.
Sin embargo, el simple acto de cultivo y la recolección de 500 gramos de fibra de algodón (necesaria para fabricar una remera) tiene un enorme peaje en el aire, el agua y el suelo, por no hablar de la salud de las personas en las zonas de cultivo de algodón. El algodón cultivado para una remera sola requiere 0,5/1,5 kilogramos de productos químicos agrícolas.

Los problemas con la producción de prendas de vestir no terminan en el terreno. Durante la conversión del algodón para la fabricación de las prendas de vestir, numerosos productos químicos tóxicos se añaden en cada etapa: silicona ceras, petróleo, suavizantes, metales pesados, la llama y los retardantes de suelo, el amoníaco, formaldehído por nombrar unos pocos. Los plaguicidas que los agricultores utilicen para proteger a los cultivos pueden provocar una enorme pérdida de la diversidad biológica, daño a la fauna, la contaminación de otros productos y entrar en nuestros alimentos. Los productos químicos que se utilizan para lograr los diferentes colores de las telas pueden dañar nuestro medio ambiente y la salud.

La ropa vieja que tiras ocupa precioso espacio en los sumideros. La mayoría de esta ropa podría ser fácilmente reciclada o reutilizada.

De la misma manera en que podemos producir ganado orgánico para alimentación humana, también podemos producir lana orgánica. Dado que los pesticidas usados en la producción ovina ponen en riesgo la salud humana y el ambiente, no sorprende que esté en aumento la demanda de lana orgánica, que reduce la exposición a químicos tóxicos provenientes de los pesticidas orgánicos.

En 2005, M + R Strategic Services llevó a cabo una encuesta para la Organic Trade Association, referida a la producción de lana orgánica y los mercados en los Estados Unidos y Canadá. Las respuestas a la encuesta indicaron que se cultivaron 8.705 kilos de lana orgánica en los Estados Unidos y Canadá en 2005. [www.ota.com/ecológicos/woolfactsheet.html]

Hay otros materiales nuevos como los biopolímeros hechos con cereales y soja. Un ejemplo es el producto creado por Cargill – Dow, una fibra sintética natural proveniente de la destilación de azúcar con fécula de plantas como el maíz. Esta fibra hizo un debut muy fashion gracias al diseñador italiano de jeans Diesel y a la firma Versace Sport.

Biopolímeros son polímeros producidos por procesos biotecnológicos. Los productos básicos no son necesariamente productos naturales (cultivos agrícolas, bio-residuos ...). Los Biopolímeros no necesariamente difieren de los polímeros convencionales producidos por procesos petroquímicos. Y, por último, no todos los biopolímeros son biodegradables o pueden ser compostados. [www.centexbel.be / eng / i-box_archives.htm]

Lamentablemente, hay muchos obstáculos para la producción de prendas de vestir eco-amigable. Insumos, por ejemplo, es uno de los obstáculos. En muchos casos, las empresas tenían que desarrollar las fuentes a partir de cero. El precio es otra cuestión. En general, los costos de algodón orgánico son mas elevados que los del algodón convencional, pero la diferencia de precio depende de variables como la calidad y ubicación.

Öko-Tex certificación de la red - *El "Öko-Tex Standard 100" se introdujo en 1992 con el objetivo de ofrecer a los consumidores la máxima confianza posible en términos de salud y la seguridad al comprar productos textiles, así como recordar a las empresas textiles en todo el mundo, de la necesidad de utilizar responsablemente las sustancias causantes de problemas ambientales. Todos los productos textiles de toda la cadena productiva pueden ser certificadas: fibras, hilados, tejidos, accesorios, ropa ... productores. Más de 4.200 empresas activas en el sector textil y de prendas de vestir en todo el mundo participan "en la red de certificacion Oko-Tex". Con más de 20.000 certificados concedidos a millones de productos textiles, Öko-Tex Standard 100 se ha convertido en el líder mundial en la etiqueta ecológica para los productos textiles. Los productos que llevan esa etiqueta han sido probados y certificados internacionalmente.*

[www.oeko-tex.com]

www...
youthxchange.net

¡Anímate a orientar tu elección en el mundo del trabajo ...

La sección **Career compass** *muestra una selección de las empresas y organizaciones pertinentes a los temas tratados en este capítulo:* **[RSE - Europe] - [fiber futures] - [love the earth] - [eblood clothing] - [anti pesticides network] - [fairlabor] - [ad!dict] - [reciclar t3] - [Teruo Masaki on CSR].**

Aprenda más acerca de su poder como consumidor con Katharine Hamnett. Una pionera en la moda del activismo, que lanzó su primera protesta camisetas blasonadas en 1983 con lemas como "Elige la vida", "Preservación de la selva" y "Salvar el mundo".
[www.katarinahamnett.com]

La industria textil y del vestido es una diversidad de una, en las materias primas que utiliza y en las técnicas que emplea. En cada una de las seis etapas típicamente necesaria para hacer una prenda de vestir, los impactos negativos sobre el medio ambiente son numerosos y variados. El hilado y la fabricación del tejido industrial socavan la calidad del aire. Durante el teñido y el estampado de las telas se utilizan grandes cantidades de agua y productos químicos, y se libera gran cantidad de agentes volátiles a la atmósfera que son especialmente perjudiciales para nuestra salud.

Paso a Paso

Vos decidís cómo gastar tu dinero. Usá tu poder de compra para enviar un mensaje claro y firme a estilistas, fabricantes y minoristas:

- **Pensá** antes de comprar. Pensá sobre lo que realmente necesitas, no compres ropa y accesorios sólo porque todo el mundo los tiene, o porque se hizo una agresiva campaña de marketing detrás del producto.
- Comprar **menos** ropa y que sea más **durable**.
- **Repará** y **arreglá** tu ropa así durará mas tiempo.
- Lee las etiquetas de tus prendas: si no te dan **información clara** atrévete a preguntar.
- Elegí bienes hechos o distribuidos por productores y retailers con políticas ambientales y éticas, con sus correspondientes **códigos de conducta**.
- Preferí los productos que tengan **ecoetiquetado**. Evitá comprar productos con **información engañosa**.
- Elegí los productos que contienen importantes porcentajes de materiales **reciclados** o **re-manufacturados**, o que los componentes son fácilmente **desechables** y/o **reciclables**.
- **Reciclá** tu ropa vieja.
- Mantenete **actualizado** sobre tus marcas favoritas; ponéte en contacto con el grupo local de defensa al consumidor para saber más acerca de ellos. Unite a las campañas para mejorar las prácticas de empleo en la industria manufacturera.
- **Comprá directamente** al fabricante: por ejemplo comprando en las tiendas virtuales en la web, así se reducen las cadenas de distribución. De esta manera contribuís a la reducción de transporte vinculadas a la contaminación local, en beneficio de los pequeños productores.

www...
youthxchange.net

¿Querés saber acerca de las condiciones de los trabajadores de la industria textil en los países en desarrollo, así como los países desarrollados?

¡Visita la sección **Test & play** *de la página web; intenta* **[behind fashion]**,*el cuestionario y verás lo que podrás hacer concretamente...*

No olvides utilizar la sección de enlaces: comprobar los directorios **[fashion & beauty]** *y el* **[creative lab]** *para ahorrar tiempo y llevar a cabo tus proyectos de investigación.*

Actuá

"No será acaso que esta vida moderna está teniendo más de moderna que de vida."

[Mafalda, Personaje de tira cómica creado por Joaquín Salvador Quino, humorista argentino, 1967]

Todo el mundo hace compras, siendo éstas un gran negocio. La globalización, la difusión de nuevos medios de comunicación y el cada vez mayor acceso a la información han contribuido para que tengamos conciencia del efecto ambiental, social y económico que tienen sobre el planeta nuestras decisiones de compra.

De acuerdo con las estadísticas, hay 1.5m2 de espacios en centros comerciales por cada habitante de los EE UU.

Nosotros –como consumidores– estamos empezando a ver que tales cuestiones en verdad tienen un impacto directo sobre nosotros, y requerimos mayor información. Es importante que todos los consumidores tengan la posibilidad de tomar decisiones informadas.

¡Ponete en movimiento! Unite al foro de discusión en Internet sobre Consumo Sustentable que mantiene el UNEP. Envia tus pregunta, comparte tus experiencias e ideas a través del E-mail: sc@unep.fr*; y visita* [www.unep.fr/sustain]

En la Unión Europea (UE) y otros países, los gobiernos están haciendo grandes esfuerzos por responder a las demandas de los consumidores por mayor información sobre los aspectos ambientales y/o de salud de los productos y servicios. El uso de etiquetas es una de las herramientas más común que tienen los gobiernos para proporcionar a los consumidores

La Subsecretaría de Defensa del Consumidor *del Ministerio de Economia, a través de su página web, contiene recomendaciones para los consumidores, empresas, educadores respecto del consumo en general. Relativas al consumo sustentable, podemos citar, por ejemplo, la lectura de las etiquetas de los productos, la promoción de productos saludables o el uso racional de la energía.*

Un ejemplo de ello seria la leyenda que reza: "Rechace los productos que no estén identificados correctamente, es decir, los que en su rótulo no tengan marca, origen, firma responsable, composición, cantidad, calidad, fecha de elaboración y vencimiento e instrucciones de uso".

[http://www.mecon.gov.ar/secdef/basehome/consumidor.htm]

¡Vamos por el cambio!
Los ricos se hacen más ricos, los pobres más pobres... Por lo tanto, va, pero los últimos, ejemplos notables de la reacción al comportamiento de los consumidores en todo el mundo demuestran que el poder del dinero se puede superar, gracias a iniciativas basadas en la comunidad.

www...
youthxchange.net

Eco-etiquetas *(entre las reconocidas por los gobiernos)*

1. *Eficiencia Energética (Argentina)*
2. *Ecoetiquetado de la Unión Europea*
3. *Sello Verde (Green Seal USA)*
4. *Ecologo (Canada)*
5. *China Environmental Labelling (China)*
6. *Japan*
7. *Blue Angel (Germany)*
8. *Austria*
9. *Taiwan*
10. *India*
11. *Israel*
12. *Milieukeur (Holanda)*
13. *Ambientet 2000 (Zimbabwe)*
14. *South Korea*
15. *Aenor (Spain)*
16. *Etiqueta Verde (Thailand)*
17. *Etiqueta Verde (Hong Kong)*

información clara y confiable sobre las características ambientales y éticas de los productos. Pero, ¡tené cuidado! Solamente pocas etiquetas están reconocidas oficialmente y responden a criterios estrictos y a pruebas de auditoria. Entre las más conocidas están: Eco-label de la UE; Blue Angel de Alemania; Swan de Noruega, y AB (agricultura orgánica) de Francia.

Para más información sobre el tema visita la Web de la Comisión Europea [http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index_en.htm]

En EE.UU. se utiliza el sistema Energy Star (Estrella de Energía) para informar a los consumidores sobre la eficiencia energética de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Actualmente, este sistema está siendo adoptado por la Unión Europea.

[www.energystar.gov]

Las corporaciones y los gobiernos están experimentando una mayor inspección por parte del público en general. Mientras más personas soliciten a las empresas que cambien hacia patrones sustentables de producción y de comercialización, mayores serán las posibilidades de que cambien. Si los productores desean conservar la confianza de los

Madera Certificada – *Sello FSC - La certificación forestal de la madera es, actualmente, la iniciativa más importante que se está llevando a cabo para mejorar la gestión forestal en los bosques y frenar el proceso incontrolado de deforestación.*
Entre los proceso de certificación se destaca la certificación Stewardship Council (FSC), este es el único sello de certificación internacional que garantiza que los productos forestales - como el papel- provienen de bosques que han sido manejados de manera responsable y bajo fuertes criterios ambientales, sociales y económicos. Mas información en: www.fcs.org

En mayo del año 2008 se presentó en la 34ª Feria del Libro de Buenos Aires, "Perdonen mi optimismo" (de Carr, Juan - Kinigsber, Yanina - Ed. Planeta), el primer libro impreso en la Argentina, bajo la exigente certificación ambiental internacional FSC. Este es el primer libro realizado en una imprenta nacional, según los estándares del Forest Stewardship Council, (FSC, la sigla en inglés).
En Argentina existe solo un bosque nativo certificado, son 81.332 hectáreas de Yungas de la empresa Forestal Santa Bárbara, del Grupo Candlewood Timber, en las Provincias de Salta y Jujuy. La certificación fue hecha por el Programa SmartWood de la Rainforest Alliance.

[http://www.rainforest-alliance.org/programs/forestry/smartwood/pdfs/santa-barbara.pdf]

La relación existente entre los jóvenes y el medio ambiente -y su articulación con la participación *- se ha convertido en un instrumento indispensable para producir cambios orientados a mejorar nuestra calidad de vida.*

Los jóvenes son buenos observadores de su entorno y a la vez sensibles a la problemática ambiental. Al mismo tiempo, son los principales generadores de cambios de conducta propia y disparadores y multiplicadores de modificaciones de com-

Paso a Paso

Vos decidís como gastar el dinero. Elegí productos amigables con el ambiente y etiquetas y marcas sustentables para poder enviar un fuerte mensaje a los distribuidores de productos, supermercados y grandes marcas. Podés tener en cuenta algunas cosas:

- **Pensar** mejor antes de comprar. Pensá sobre lo que necesitas, no lo que deseas.
- Lee las **etiquetas**: si estas no te ofrecen la información que necesitas, no te sientas mal por preguntar a las oficinas de asistencia al consumidor.
- Elegí productos con **eco-etiquetas** en la medida de lo posible, así como también servicios certificados.
- Cuando sea posible, comprá **productos locales** y que **respondan al momento** del año debido para su producción.
- Elegí productos que contengan la mayor cantidad de material **reciclado** en su **producción** o bien componentes de fácil **disposición** y **reciclado**.
- **Realizar compras directas**. Si tienes acceso a Internet, realiza compras virtuales cuando sea posible de ésta manera estarás evitando el transporte y la polución que este ocasiona. Si es usada de manera inteligente, Internet puede contribuir de gran manera con el consumo sustentable.

consumidores deben demostrar que toman en cuenta las necesidades y preocupaciones de éstos.

¡Es hora de que los ciudadanos se pongan en movimiento! El número de iniciativas de la sociedad civil aumentó mucho.

INVERSIONES CON COMPROMISO

Al planear a futuro podemos tomar medidas para asegurar que nuestras decisiones de inversión o ahorro promuevan estilos de vida más responsables. Si un suficiente número de personas lo hace, estarán enviando mensajes claros a las empresas e instituciones y promoviendo así la responsabilidad empresarial activa.
Las empresas con políticas responsables pueden guiar con su ejemplo; otras las seguirán cuando vean que es posible tanto hacer dinero como hacer la diferencia.

El proyecto GEO Juvenil Argentina *es un proceso participativo de evaluación ambiental en el cual los jóvenes tienen la oportunidad de expresar sus visiones sobre el ambiente, analizar los problemas de sus comunidades, proponer alternativas de solución y difundir sus proyectos. Institucionalmente, se lleva adelante a través de una asociación entre el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Asociación Civil Red Ambiental y el Programa Ambiente y Juventud de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación.*
Si te interesa sumarte al GEO Juvenil Argentina, o ser promotor GEO/Tunza podes enviar un correo electrónico a info@geojuvenil.org.ar *con tu nombre completo, fecha de nacimiento, localidad, provincia y organización (si correspondiera).* [www.unep.org/tunza]

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos también ha desarrollado acciones tendientes a fomentar el consumo sustentable. Entre ellas se cuentan el "Programa de certificación de productos orgánicos en la Argentina" y la difusión de información en su página web para tramitar sellos de denominación de origen (Ley 25.380) y el sello Alimentos argentinos, una elección natural (Resolución 329/2005), ambos de carácter nacional. [www.sagpya.mecon.gov.ar.]

portamiento en los adultos.

La Fundación Educambiente alienta a los jóvenes a acercarse a los problemas que les preocupan, y uno de ellos es justamente el tema ambiental. Para alcanzar tal fin, Educambiente pone énfasis en la participación de los chicos pues representan la fuerza que hace posible que las cosas sucedan. La utilización de la modalidad participativa implica una vinculación con la educación social y la organización comunitaria a partir del aprendizaje colectivo y el conocimiento de la propia realidad. De esta manera, se construyen las bases de un nuevo tipo de desarrollo a través de espacios de diálogo, reflexión, y de experiencias que construyen un pensamiento propio para una transformación cultural.

[http://www.barrameda.com.ar/articulo/educamb1.htm]

Grameen es un sistema de microcrédito sin garantía material destinado a beneficiar a los más pobres, *para que puedan invertirlo en actividades que les generen las ganancias suficientes como para mejorar su calidad de vida mediante su propio esfuerzo.*
Se basa en la confianza mutua, la responsabilidad, la participación, la creatividad y, fundamentalmente, la solidaridad.
En general, los microcréditos son préstamos de un valor cercano a los U$S 150.
Como los microcréditos de Grameen sólo se aplican para microemprendimientos capaces de brindar sustento económico a quienes los reciben, no suponen una actividad caritativa, ni de limosna ni de asistencialismo.
El vocablo "Grameen" proviene de Bangladesh, y significa "aldeano", o "de la aldea".
La Fundación no actúa como banco sino como diseminadora de la metodología. Para ello, varios de sus integrantes viajaron y se capacitaron a fines de 1999 en Bangladesh. La Fundación se conecta con ONGs de distintos puntos del país para implementar

Más información sobre finanzas con ética, y sobre compañías comprometidas con actividades social y ambientalmente responsables: [www.cool-companies.org]; [www.co-operativebank.co.uk/ethics.html]; [www.ethicalconsumer.org]; [www.novethic.fr/novethic/site/index.jsp].

Un segmento considerable y cada vez mayor de la población -tanto individual como institucional– está invirtiendo éticamente. Estas personas exigen que las inversiones produzcan más que ganancias monetarias y desean que las empresas se conduzcan con responsabilidad. Existen varias formas de inversión sustentable, una de ellas es comprar acciones de compañías comprometidas éticamente; otras incluyen las inversiones en fondos para pensiones, seguros e iniciativas comunitarias.

Asimismo, los fondos invertidos de manera ética ofrecen la oportunidad de atender tanto las necesidades globales como las locales. La canalización de capital básico en el plano local crea oportunidades de microcrédito y de establecimiento de pequeños negocios para empresarios alrededor del mundo. Tales esquemas brindan apoyo a personas que se encuentran en dificultades económicas y sociales.

Los gobiernos también pueden tomar el liderazgo en relación con las inversiones éticas, a través de sus decisiones de financiamiento e inversión multilateral e internacional. En la actualidad se realizan esfuerzos en el ámbito internacional; por ejemplo, para promover la energía renovable mediante un mayor financiamiento, a través de la reforma de las instituciones internacionales de financiamiento y las Agencias de Crédito para Exportación. El GRUPO DE TRABAJO POR LA ENERGIA RENOVABLE G8 (Renewable EnergyTask Force), formado en la Cumbre G8 en Okinawa (julio de 2000), formuló acciones clave en este tema.

En relación al medio ambiente, el 47% de los jóvenes de la Argentina están preocupados por la protección del entorno, y sólo el 22% realmente lo considera un tema relevante.

Encuesta realizada por Ipsos, M&A, (por encargo de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, en el marco de su Estrategia en Consumo Sustentable) en 2006, a 1.200 argentinos y argentinas de 18 años y más, en grandes ciudades de la Argentina.

"Réplicas Grameen". La Fundación conoce como funciona el sistema en Bangladesh después de 30 años de experiencia, por prueba y error, y las ONGs locales conocen mejor que nadie su medio y su gente. Se trabaja en equipo para adaptar el modelo de Bangladesh a la realidad local siempre que no traicione la esencia del sistema Grameen. Para poder desarrollar esta tarea la Fundación depende de los aportes de fondos de donantes y del invalorable aporte que significa el trabajo de los voluntarios con auténtica vocación de servicio comunitario y plenamente consustanciados con la filosofía Grameen.
En La Rioja, Base Esperanza 30, Barrio Antártica III – se llevo adelante la siguiente Réplica: Fecha de inicio 3 de marzo de 2006. Fecha de entrega de primeros créditos: 9 de junio de 2006. Info al 15/09/07. Cantidad de créditos otorgados: 28, por $ 13.000. Cantidad de Centros desde el inicio: 1. Porcentaje promedio de recupero: 75%. Tasa de interés anual: 20%. Préstamo promedio: $ 600. Monto máximo del primer crédito: $ 500.

Proyecto de Microcreditos para Mujeres *- Centro para el Compromiso Social - Universidad Católica Argentina*
Partiendo de la firme premisa de que la escasez de financiamiento redunda en escasez de oportunidades. Y son éstas las que necesitan las personas de pocos recursos para salir de su precaria situación. Con oportunidades, y a partir de aquellos oficios que cada persona conoce y realiza, quizá de manera informal, son lo suficientemente capaces de generar su propio emprendimiento.
La propuesta es otorgar préstamos y asesoramiento a mujeres en situación de pobreza, para que puedan generar capital a través de una idea o proyecto que llegue a convertirse en su micro emprendimiento. A través del estímulo económico y humano necesarios para incentivar a la gente a trabajar y, a través del trabajo, se logra perfeccionarse también como personas.
Los préstamos consisten en micro créditos para generar los medios necesarios para que las mujeres puedan realizar

Instituciones Financieras Internacionales (IFI) y, entre estos, los Organismos de Crédito a la Exportación (ECAs) son instrumentos del gobierno nacional por el que utilizan dinero público para proporcionar financiamiento, garantías y seguros para el sector privado. Ellos ayudan a que las empresas inviertan en los mercados de riesgo, ya que absorben gran parte de los riesgos asociados con tales inversiones. ECAs están diseñadas para promover las exportaciones.

ECAs son ahora los grupos de instituciones financieras internacionales mas grandes del mundo, en conjunto superiores en tamaño del Grupo del Banco Mundial.

¿Qué debe considerar el inversionista ético al decidir en dónde invertir su dinero?
Algunas sugerencias:

- ¿Qué hace la empresa?
- ¿Cuál es el historial de la empresa en materia de política **social** y **ambiental**? ¿Utiliza energía alternativa?
- ¿Ofrece **información** acerca del impacto ambiental de sus productos "de la cuna a la tumba"?
- ¿Cuál ha sido el comportamiento de la empresa como **patrón**? (mujeres, minorías, horario flexible, trabajo compartido, etc.)
- ¿La compañía está involucrada en **proyectos** e **iniciativas comunitarias** locales?

El 51% de los jóvenes considera que en el corto plazo es bastante probable que los problemas ambientales se agraven. Sólo el 20% cree que es poco probable que el escenario actual se modifique negativamente.

Datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Jóvenes realizada por el IADS en el marco de su programa de Jóvenes y Estilos de Vida Sustentables sobre una encuesta on line realizada a 800 casos de grandes ciudades argentinas.

una actividad productiva. Los préstamos son anuales y su reembolso o devolución se hace en pequeñas cuotas semanales. Uno de los objetivos principales del proyecto es también que las mujeres puedan devolver la ayuda obtenida con la utilidad que genera su propio microemprendimiento. El asesoramiento consiste en brindar apoyo humano por parte de un grupo de coordinadores que trabaja con las mujeres durante el proceso de diseño y aplicación del micro emprendimiento que han elegido y se reúne todas las semanas en la casa de alguna de ellas.

En los primeros dos años de trabajo el índice de cobrabilidad superó el 90% con saldo positivo. El 93% de los clientes tuvo una performance normal de devolución, mientras que los incobrables sólo representaron un 7 % del total.

Más tarde, durante el difícil año 2002, se decidió mantener el trabajo apostando nuevamente por una asistencia financiera al servicio de la población mas afectada y asumiendo el costo de la dificilísima situación macroeconómica de nuestro país en dicho año. Como resultado, no solo se logró mantener la sostenibilidad económica del programa sino que en 2003 el recupero de cartera alcanzó niveles aún superiores a los primeros dos años: durante 2003, los créditos otorgados marcaron un índice de cobrabilidad del 100% sin registrar ningún tipo de incobrabilidad.

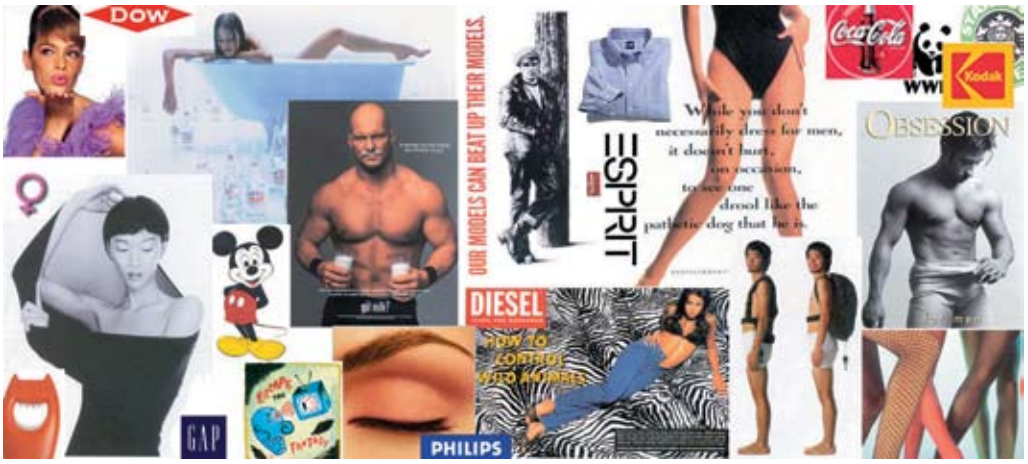
Esta es una tasa de reembolso muy superior en comparación con la que presentan los bancos comerciales; y en todos los casos cada una de las emprendedoras estuvo dispuesta a volver a endeudarse en pos de la mejora de su calidad de vida.

[http://www.uca.edu.ar/esp/sec-ccs/subs-microcreditos/esp/page.php?subsec=institucional]

Descubriendo la aldea global

"Lo que me asombra es no haber abandonado por completo mis esperanzas, que parecen absurdas e irrealizables. Y, sin embargo, me aferro a ellas a pesar de todo y sigo creyendo en la innata bondad del hombre."

Ana Frank



Hoy en día, los jóvenes viven inmersos en un ambiente colmado de mensajes enviados por los medios de comunicación y experimentan una saturación de imágenes e información sin precedentes, provenientes de una gran variedad de fuentes. Están inundados de información sobre política, temas de la actualidad, música, ciencia, las nuevas celebridades en boga, moda y miles de otros tópicos y asuntos.

Los niños están creciendo en una cultura donde la mayor parte de la información y el entretenimiento proviene de los medios de comunicación: periódicos, radio, revistas, películas, internet o la televisión.

¿Cómo trabajan estos medios? ¿Cómo están organizados y cómo construyen la realidad? Saber leer los medios de comunicación ayuda a la población a desarrollar un entendimiento crítico de los medios masivos de comunicación, las técnicas utilizadas por los profesionales de los medios y su impacto. En otras palabras, proporciona herramientas a los jóvenes para que tomen sus propias decisiones informados.

Aun más, puede proporcionar apoyo a los jóvenes para que reaccionen en contra de la penetrante influencia de los medios sobre sus patrones de consumo y sus deseos. A su vez les enseñará cómo "utilizar" los medios para "hacer ruido" y promover nuevos valores y un estilo de vida más sustentable. En otras palabras: sus derechos como ciudadanos y consumidores.

Los niños: exposición a los medios de comunicación *- En 2005 un estudio de la Fundación Kaiser para la Familia, reveló que en los EE.UU los niños de edades comprendidas entre los 8 y 18 años están expuestos a unas 8,33 horas de los medios de comunicación cada día. El tiempo extra se la pasan frente a "los nuevos medios de comunicación", como las computadoras, la Internet y los videojuegos. Este estudio se centró en analizar las actividades desarrolladas fuera de la escuela, por lo que la jornada escolar no se incluyó en la medición.* [www.kff.org]

En promedio un niño que se encuentra 4 horas diarias frente al televisor es bombardeado con 40.000 anuncios comerciales al año.

[https://drum.umd.edu/dspace/bitstream/1903/3120/1/umi-umd-2935.pdf]

ACT - Advertising Community Together *- es una organización no lucrativa. Su objetivo es promover e inspirar una comunicación responsable sobre la sostenibilidad, el desarrollo equitativo y responsabilidad social. ACT muestra cómo los profesionales de la publicidad de todos los continentes pueden utilizar su talento básico -creatividad- para desempeñar un papel importante en el tratamiento de hoy de los temas mundiales. En colaboración con el PNUMA, la ACT ha organizado una exposición de anuncios "El cuidado de nuestro futuro". La exposición se celebró por primera vez durante el Festival de Publicidad de Cannes y luego viajó por todo el mundo.*

[www.adforum.com/specialevents/ACT/ACT6/tc.asp]

LA PUBLICIDAD

Gigantescas carteleras, comerciales de TV, revistas... No parece haber forma de escapar de la publicidad que se propaga a los cuatro rincones del planeta. Los mensajes publicitarios se dice que tienen una influencia significativa en las personas y para empujar a un exceso de consumo. ¿Qué mecanismos hacen desbloquear estos mensajes? ¿Y toda la publicidad es mala?

Algunos comerciales están específicamente dirigidos a los jóvenes. Utilizan un lenguaje, imágenes y mensajes que les llegan a los adolescentes, pero que quizá no tendrían la misma aceptación por parte de los papás (por ejemplo: los anuncios de video-juegos, comida chatarra o música).

Desean que la gente comience a utilizar los productos cuando se es joven y que continúen utilizándolos toda la vida.

Los adolescentes, de hecho, constituyen un blanco importante para los mercadólogos debido a que las compañías necesitan crear una lealtad a sus marcas.

A menudo, los anuncios transmiten mensajes simplificados por medio de estereotipos. De tal forma que, por ejemplo, los publicistas diseñan campañas dirigidas a las muchachas diferentes de las campañas dirigidas a los muchachos. Con frecuencia, un anuncio te dice si

Los jóvenes argentinos identifican como fuentes de información mas importante sobre las temáticas ambientales a las Organizaciones no Gubernamentales, la Web y los docentes.

Datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Jóvenes realizada por el IADS en el marco de su programa de Jóvenes y Estilos de Vida Sustentables sobre una encuesta on line realizada a 800 casos de grandes ciudades argentinas.

UNEP ha trabajado con el sector de la publicidad para canalizar sus habilidades para promover estilos de vida más sostenible. Para obtener más información: [www.unep.fr/pc/sustain/advertising/advertising.htm]

En los Estados Unidos, *solo el 10% del tiempo que los chicos ven la televisión, lo dedican a ver programas infantiles. El otro 90% lo dedican a ver programas diseñados para adultos. El 35% de los adolescentes tienen una televisión en su habitación y toman sus alimentos solos, frente a la pantalla. En España, en un 15% de los hogares los chicos tienen un televisor en su habitación. Estos, la ven 2 horas y 25 minutos más que los que no las tienen.*

Fuente: US National Association for the Education of Young Children; L'Espresso, 27 Septiembre de 2001, p. 104.

Existe una franja de jóvenes que si bien no actúan en favor del ambiente, reconoce la existencia de problemas ambientales. No es un tema prioritario en su vida, pero de todos modos, son capaces de comprender la necesidad de abordarlos.

Encuesta realizada por Ipsos, M&A, (por encargo de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, en el marco de su Estrategia en Consumo Sustentable) en 2006, a 1.200 argentinos y argentinas de 18 años y más, en grandes ciudades de la Argentina.

"The Body Shop" *comenzó una campaña sobre la autoestima en 1995 y continúa. En 1997 se lanzó una campaña basada en 'Ruby', una muñeca real que representan las mujeres; el lema fue: "Hay tres millones de mujeres en el mundo que no se ven como supermodelos y sólo ocho que lo son". The Body Shop puso en tela de juicio la belleza ideal y poco realista, presentando una belleza real mostrando el respeto y la reverencia real a las mujeres.* [www.thebodyshop.com]

un producto es "masculino" o "femenino", aun cuando el producto podría usarse indistintamente por cualquier género.

No tenemos por qué aceptar de manera pasiva todos los mensajes que los medios (sobre todo los anuncios) nos envían. Podemos "responder" y dar nuestras opiniones. Nosotros podemos dialogar y expresar nuestra opinión.

En 1999 se retiraron anuncios de Calvin Klein, debido a que los consumidores se quejaron que sexualizaba a los niños. La marca de cigarrillos Camel tuvo que dejar de usar el personaje "Joe Camel" en sus publicidades, debido a que los consumidores se quejaron de que estaban dirigidos a los niños. [www.media-awareness.ca]

Sin embargo, la publicidad no es sólo empujar a la gente a comprar más. Diversas organizaciones utilizan cada vez más técnicas de publicidad para captar la atención del consumidor sobre cuestiones de interés público, como medio ambiente o causas sociales. En particular, tienden a fomentar modalidades de consumo más sustentables. La publicidad hacia la sustentabilidad significa algo más que la publicidad sobre eco-productos. Esto significa comunicar cambios de estilo de vida que son deseables para las personas y responder a su búsqueda de mayor importancia, la transparencia y la ética.

TELEVISION

Los estereotipos culturales y de clase también predominan en la televisión. Con frecuencia, las minorías son representadas como estereotipos y muy rara vez se muestran tan poderosas o tan acaudaladas como la mayoría. Además, los programas de la TV normalmente son vistos por una audiencia que sobrepasa con mucho al grupo al que pretende dirigirse.

Fuente; [www.phac-aspc.gc.ca/ncfv-cnivf/familyviolence/html/nfntseffe-media_e.html] [www.apa.org/releases/media_violence.html]

Los muy jóvenes ven programas que contienen "ingredientes" básicos como violencia, sexo, etc., para cuya comprensión no poseen la suficiente madurez emocional o capacidad crítica. Un adulto puede analizar pero los niños tienden a absorber. Los niños que ven una gran cantidad de programas violentos tienden a favorecer el uso de la violencia para resolver los conflictos.

Pero la televisión no siempre es una influencia negativa. Un aspecto positivo de ver la televisión es la oportunidad de ver diferentes estilos de vida y culturas. Los niños hoy están entrando en la escuela más informados que los niños de anteriores generaciones. Además, la televisión tiene un gran valor de entretenimiento.

La violencia en la pantalla puede impresionarnos, pero otros mensajes más sutiles también pueden tener una influencia de por vida en los jóvenes. Si se repiten sin cesar, frecuentemente generan cambios en los estilos de vida, como el fomento al consumismo o la promoción de desórdenes alimenticios.

La publicidad: un negocio mundial – *El negocio global de la publicidad movilizo U$S 451 mil millones (€ 338,7 mil millones) en 2007 con una tasa de crecimiento del 5,2%.*

Las empresas de publicidad de los Estados Unidos representan casi el 50% del total mundial de gasto en publicidad. Está previsto que en los próximos años Asia supere a Europa Occidental como la segunda región más grande de la publicidad, impulsada por el crecimiento en Japón y China. El mercado de la publicidad en América en el 2004 fue de U$S 154 mil millones, superando a la suma de los gastos destinados a la publicidad de los siguientes 18 paises que encabezan las estadisticas- entre ellos el Japón (U$S 37,3 mil millones), el Reino Unido (u$s 17,2 mil millones), Alemania (u$s 16,1 mil millones), China (u$s 13,8 mil millones) y Australia (u$s 6,4 mil millones).

Fuente: [www.interpublic.com/read_file.php?did=48]; [www.smh.com.au/news/Business/TVs-feather-duster-becomes-a-rooster/2005/02/09/1107890270091html?oneclick=true]; [www.chamber.org.hk/hknewsletters/news_template.asp?id=4697]

Una verdad incómoda - *El ex Vicepresidente de EE.UU., Al Gore, ha entendido cómo los medios de información pueden movilizar la opinión pública hacia la atención sobre las causas de interés general. Su documental "Una verdad incómoda" sobre la base de numerosas colaboraciones con los expertos, es sencillo y preciso y ha logrado que el cambio climático sea un tema más accesible para el público en general.*

[www.climatecrisis.net]

IDOLOS Y AUDIENCIAS

Actores, modelos y los ídolos del deporte a veces proporcionan patrones positivos de conducta. La participación de estos "ídolos" en presentaciones o informes adoptando una posición sobre una causa o la participación en los medios de comunicación actúa como un catalizador para sensibilizar y captar la atención de la enorme audiencia juvenil acerca de un problema específico, ya sea el VIH / SIDA, el hambre en el mundo o el medio ambiente.

La música – un lenguaje universal por definición - probablemente es el medio que con mayor consistencia transmite fuertes mensajes sociales. ¿Ejemplos? Eventos como LIVE AID, FARM AID, LA GIRA DE AMNISTIA INTERNACIONAL, NUESTRO FUTURO COMUN, el ALBUM DE GREENPEACE, etc. Estos conciertos también dan forma al significado de la participación de la audiencia. Disfrutar del evento se convierte en un gesto de solidaridad política o humanitaria.

Hoy, los jóvenes se sienten cómodos con los medios. Existen miles de sitios de la red administrados para y por adolescentes. Su compromiso en la promoción de causas, algunas veces complejas (por ejemplo: derechos humanos, medio ambiente), es prueba de su habilidad no sólo para canalizar los medios, sino también sus talentos para proyectos sustentables.

Ejemplos de ello son:
[www.myspace.com].
Visita también: [www.facebook.com]
[www.takingitglobal.org]

Entre los problemas ambientales identificados por los jóvenes argentinos, pueden señalarse el cambio climático, los residuos, la desertificación, la tala de bosques, el efecto invernadero, el smog, las represas, entre otros. Resulta interesante que, además de los problemas ambientales habituales, los jóvenes han definido como conflictos asociados la actual distribución de los recursos sequía, la pobreza, la analfabetización, el incumplimiento de la legislación.

Datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Jóvenes realizada por el IADS en el marco de su programa de Jóvenes y Estilos de Vida Sustentables sobre una encuesta on line realizada a 800 casos de grandes ciudades argentinas.

Idealistas: el voluntariado en línea – La Acción Sin Fronteras *es una red mundial de individuos y organizaciones que trabajan para construir un mundo donde todas las personas puedan vivir libre y dignamente.*

El sitio web idealist.org, *donde encontrarás más de 40.000 instituciones sin fines de lucro y organizaciones comunitarias en 165 países, se puede navegar y buscar información, ubicación o misión; oportunidades de voluntariado en su comunidad y en todo el mundo, y una lista de organizaciones que ayudan a los voluntarios en el extranjero. Es el mejor centro sin fines de lucro en la web, con cientos de puestos de trabajo y listas de pasantías.*

[www.idealist.org]

¿Necesitas saber más? Puedes ir a la sección **Facts & figures** *y mirar la sección de* **[advertising & youth] - [internet / intro] - [internet & youth] - [music global market] - [media concentration] - [biz-concentration]**.

Inspirate a la hora de tomar decisiones en el mundo laboral...
La sección **Career compass** *muestra una selección de las organizaciones pertinentes a los temas tratados en este capítulo:* **[media diversity] - [media watch, Canada] - [indie music online] - [enviro film festival] - [sustainabilty-TV] - [alternet] - [eco-entertainment] - [indymedia] - [inspiring responsibility]**.

Mira la sección **Trainer`s Room**: *aquí encontraras dos actividades de formación* **[decoding advertising]** *y* **[progress is progress]**, *diseñado para ayudarte a entender mejor la publicidad y los mecanismos de la ciencia y la tecnología de las innovaciones.*

www...
youthxchange.net

Estrellas del pop para un mundo mejor – *Las celebridades vienen desempeñando una doble función, como artistas y activistas. La participación en las cuestiones mundiales no es un concepto nuevo: el programa de embajadores de buena voluntad de UNICEF ha estado en esta tarea durante más de medio siglo. El programa fue creado para aprovechar la masividad de los artistas para abordar la problemática de los niños necesitados de todo el mundo. Estrellas de cine como Audrey Hepburn, que fue una de las primeras celebridades que abrazara la causa, o Mia Farrow. En la Argentina, Julián Weich, Osvaldo Laport.*

Sin embargo, en estos días parece que casi todas las celebridades tienen una causa o una organización a la que están asociados. Los artistas se han convertido en portavoces de algunos de los problemas más acuciantes de nuestro tiempo. Por ejemplo, Angelina Jolie es la Embajadora de Buena Voluntad del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) con una labor humanitaria en campamentos de refugiados en Rusia, África, Medio Oriente y Asia Oriental.

Bono y George Clooney, son artistas que representan las celebridades con más participación en estas causas. Ellos han alcanzado un éxito profesional increíble no sólo por su notable talento en su profesión sino también como promotores de la lucha contra el VIH / SIDA y Darfur, respectivamente.

En los últimos años, Lorenzo Cherubini, el artista italiano más conocido como Jovanotti, ha participado y se ha convertido en uno de los principales promotores de la campaña para la cancelación de la deuda pública de los países del Tercer Mundo.

Las celebridades atraen la atención de aquellos que de otra manera no se acercan al mundo de las noticias.
Las celebridades y otras figuras públicas deberían utilizar su posición en la sociedad para educar a las masas y para explicar que esos esfuerzos se deben a largo plazo y son soluciones innovadoras.

Brad Pitt se asoció recientemente a la Armada de los EE.UU., Green Cross International y Global Green para poner en marcha un concurso sobre diseño sostenible y la edificación de estrategias relacionadas con la reconstrucción de Nueva Orleáns.

Global Green no es nueva en la participación de celebridades - es la organización de la elección para estrellas como Edward Norton y Leonardo DiCaprio, uno de los miembros más activos del conjunto verde en Hollywood.

Fuentes: Jonathan Greenblatt, "Kingdom Come: Striking the Balance between Celebrities and Causes", *December 21, 2006 3:29 AM* [www.worldchanging.com/archives/005505.html]; *Crystal Park,* "Celebrity Activism: Publicity Stunt or Sincere Care?", *Washington, 21 February 2007* [www.voanews.com/english/2007-02-21-voa38.cfm]; [www.italica.rai.it/eng/principal/topics/bio/jovanotti.htm].

Diversión seria - *Adbusters con sede en Canadá, es una organización sin ánimo de lucro que produce una revista y un sitio web dedicados a examinar la relación entre "los seres humanos y su ambiente físico y mental". Alentar a la gente desde los medios de comunicación, señalan evidentes y ocultos mensajes que se transmiten y se dan por sentados. A través de sus famosas parodias de anuncios, así como sus propias campañas anuales como "El día sin compra" y "La semana con la TV apagada", que moviliza a la gente a reconsiderar sus prioridades y estilos de vida, así como la sensibilización sobre una variedad de cuestiones (la desigualdad, consumo excesivo, los medios de manipulación, etc.).*

Aunque algunas personas no aprueban sus estratégias, Adbusters es una organización creativa, que tiene un talento particular: la utilización de la industria de la publicidad con mucha habilidad para abordar el papel de los medios de comunicación y su influencia. Este es un claro ejemplo del poder de un principio activo, las redes del grupo.

[www.adbusters.org]. *Adbusters is in different countries, for instance in France* [www.casseursdepub.org]

Hábitos alimenticios y la publicidad - *En los Estados Unidos, un número cada vez mayor de personas comen en exceso: el 55% de la población tiene sobrepeso y el 14% de los niños son obesos. Sus hábitos alimentarios son reflejo de lo que está disponible en restaurantes de comida rápida, cafeterías, bares… y por la publicidad.*
Dada la alta exposición a los medios de comunicación, muchos expertos de comunicación de masas señalan a los medios de comunicación por encima de otros agentes de socialización en la vida de los adolescentes de EE.UU.. Los adolescentes tienen un tremendo poder discrecional del gasto y en los EE.UU. gastan aproximadamente U$S 140 mil millones al año. Cerca del 15% de este gasto es para la comida rápida y snacks. Los adolescentes influyen en el gasto de sus padres: en los EE.UU. se gastan U$S 19,6 mil millones en compras de supermercado cada año. Los sistema de comercialización de alimentos de EE.UU. son el segundo mayor anunciante en la economía (después de la industria del automóvil) y un destacado defensor de redes de medios de comunicación: en EE.UU. se gastan alrededor de U$S 25 mil millones anualmente en publicidad de productos alimenticios y bebidas. [www.ijbnpa.org/content/1/1/3]

Europa también está en la encrucijada respecto de la salud nutricional. La obesidad sigue aumentando rápidamente - una pandemia en las principales economías, así como las consecuencias para la salud que están aumentando la carga de enfermedades crónicas no transmisibles en toda Europa. La promoción de la salud en los planes de dieta y los niveles de actividad realizado durante muchos años no han tenido un impacto tangible. En la mayor parte de Europa cada vez más sus ciudadanos tienen sobrepeso y hasta uno de cada tres adultos es clínicamente obeso. El aumento del sobrepeso y la obesidad afectan a los niños y se pone de relieve de manera espectacular en Italia - el peor en Europa - con una prevalencia del 36% llegando en algunos estudios.. [www.iotf.org/media/euobesity2.pdf]

Sitio Web de YxC

"La mejor manera de predecir el futuro... es inventarlo."

[Alan Kay, Científico en computación estadounidense]

La Red: instrucciones para usarla

Internet está adquiriendo cada vez más importancia como herramienta para las comunicaciones, y como un portal de acceso a la información. Aunque el fenómeno global de la red aún se encuentra limitado, es el medio del futuro que mejor captura las capacidades y talento de los jóvenes de hoy. Internet es, asimismo, un "lenguaje" mediante el cual un número creciente de jóvenes se comunican con fluidez.

Esta Guía se ha diseñado teniendo en mente a los formadores y a los estudiantes a la vez. En tanto que esta Guía representa un resumen rápido de los temas y retos del Consumo Sustentable, en la página de Internet de Jóvenes por el Cambio (YOUTHXCHANGE) se explorará la materia con mayor profundidad.

Algunos temas populares (por ejemplo, la música, la moda, el cine, los deportes y los nuevos medios de comunicación) se utilizan como trampolines para los debates y jugar un papel clave en el desarrollo de una forma fácil de seguir camino en todo el sitio web. YxC tiene un gran estilo de comunicación innovadores. En él se describe para el lector, la vida real basada en las historias y cientos de soluciones que muestran cómo un número creciente de personas y organizaciones se están moviendo hacia la sustentabilidad.

Al igual que un rompecabezas en constante movimiento, los estudios de casos, los productos y servicios de ejemplos, las iniciativas de los jóvenes, las estadísticas y enlaces se ofrecen a los maestros para construir y reconstruir las sesiones de enseñanza personalizada.

La exposición de estas experiencias tiende a fomentar la participación directa y activa en la promoción de estilos de vida sustentable.

www.youthxchange.net, su sitio web, esta estructurado de la siguiente manera:

El sitio oficial de YouthxChange está disponible en inglés y además en Francés [www.youthxchange.net/fr]. *Algunos integrantes también tienen la versión local del sitio: visita* [www.youthxchange.org] *si tu idioma es el Coreano y también* [http://www.jovenesxelcambio.org] *si tu eres de México.*

> FICHAS TEMATICAS (las fichas de colores):

Los contenidos de YxC están organizados en **9 fichas temáticas** accesibles desde cada una de las páginas a través de una colorida barra de pestañas. Las fichas temáticas fueron concebidas para que se inicie desde los jóvenes y estilos de vida y hacer una lectura transversal del sitio. Más de **130 estudios de casos** - las historias reales de personas reales - se muestran aquí, ayudando a los instructores para introducir el consumo sustentable en sus actividades de clase.

01_el respeto a nuestros cuerpos - [respecting our bodies] El respeto a nosotros mismos es el primer paso hacia el respeto de otras personas, el medio ambiente y nuestro planeta. La **nutrición**, la **salud** y la **belleza** son los tres pilares de esta ficha.

02_tu imagen - [packaging yourself] ¿Estamos realmente preparados para elegir nuestra propia imagen? ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación en este proceso? Esta ficha se refiere a las diferentes influencias que pueden producirse en la construcción de nuestra propia **imagen**, los costos ocultos de prendas de vestir en términos de impacto social y ambiental, a la vez que se sugieren posibles alternativas para estar "en onda y verse bien".

03_despertar tu alma - [awakening your soul] La construcción de su propia **identidad** es la alimentación de tu alma. ¿Cómo? Comparación de diferentes culturas, aprender a expresarse mejor, y volver a pensar sus necesidades reales. Esta sala también se ocupa de los **peligros** que pueden producirse en este proceso: la explotación espiritual, el fundamentalismo, y la publicidad ocultas.

04_buscando un lugar - [looking for a place] Esta ficha caracteriza cuestiones que son sólo aparentemente diferentes: la **vivienda**, mudarse lejos y ser empujados hacia otros lugares. El primer tema es acerca de la creación de su hogar, de manera socialmente comprometida, el segundo se refiere a los efectos de la **movilidad** y el **turismo**, y el tercero se centra en los **inmigrantes** y **refugiados**.

05_llevando la antorcha – [carrying the torch] Aquí tratamos el tema de la **educación** (formal e informal), la lucha contra el analfabetismo, los conocimientos tradicionales, el intercambio inter-cultural e inter-generacional. Esta ficha también tiene que ver con los **medios de comunicación** y cómo utilizarlos para hacer oír su voz.

06_Recreación sustentable – [clean up your fun] El **ocio** y las **actividades recreativas** (deporte, música, teatro, cine, etc) podrían ser excelentes medios para aumentar la conciencia de ciudadanía, mejorando la solidaridad y la inclusión social. Aquí encontraras ejemplos sobre cómo tener más diversión y ser sustentables.

07_pertenencia social - [social belonging] Los conceptos fundamentales de esta ficha son los de "**ciudadanía**" y la "**participación**" en la vida de la comunidad. Aquí encontrará los casos relativos a derechos sociales y políticos (por ejemplo, el acceso al empleo, la protección social, la perspectiva de género, la **paz** y la **justicia**), así como ejemplos de modelos innovadores de la comunidad.

08_paga el precio justo - [pay the right price] La sala se centra en el medio ambiente, **costos** sociales y económicos de nuestras pautas de producción y consumo. También se trata de los derechos del consumidor. En esta sección se dan ejemplos de cómo el **dinero** puede convertirse en algo justo.

09_mirando hacia el futuro - [looking ahead] Aprender acerca de los microchips para calentar la ropa de invierno o en el vínculo entre el acceso a la **energía** y la pobreza, mostrando cómo simples alternativas pueden hacer un gran cambio. Esta sala temática pone de relieve el papel de la innovación y la creatividad en el avance hacia un mundo mejor.

MENÚES DESPLEGABLES: te ayudarán a profundizar en los temas presentados en las fichas temáticas, para buscar más datos para dar soporte a tus enseñanzas o tus estudios. A fin de permitir a que nos envíen más estudios de casos en tu región, o entender la forma en que el proyecto YouthxChange obra a nivel mundial y por muchas otras razones, tenés tres menúes desplegables.

> UTILIDADES (menú desplegable):

Hechos y cifras - [facts & figures]: más de **500 páginas** de datos sobre la economía, las cuestiones ambientales y sociales. Un **panorama estadístico** en 4 secciones: datos generales, el Medio Ambiente, las necesidades básicas y otras necesidades.

Tiendas multimarcas - [dep't store]: información acerca de 150 **productos y servicios** 'sustentables' disponibles en el mercado que ayudan a los consumidores para cambiar a estilos de vida más sustentable.

Oportunidades - [career compass]: un **mirada** sobre organizaciones que pueden ser interesantes; **entrevistas** con las personas que han elegido hacer de la sustentabilidad su profesión y **buenos contactos** YxC para ayudar a los usuarios de la Guía a usar la información para transformar su vida profesional

Sala de entrenamiento - [trainer's room]: introducción a YxC, cómo utilizar el aula y **actividades** del sitio web, para estimular la participación. Esta sección está específicamente diseñada para los formadores y profesores.

Prueba y juega - [test & play]: pruebas, **juegos** y curiosidades para dar a conocer mientras te diviertes.

Enlaces - [links]: acceso a los mejores **recursos disponibles** en línea, organizados por tema.

> PARTICIPAR (menú desplegable)

Esta sección te permite añadir contenido a la página web, descargar YouthxChange (las múltiples versiones en diversos idiomas de la Guía o el vídeo); enviar tarjetas electronicas de YouthXchange, obtener el boletín de YxC y más importante para **enviar tus comentarios** y observaciones en el sitio para el PNUMA y la UNESCO.

> YxC WORLDWIDE (menú desplegable)

La Guía YouthxChange está disponible en **15 idiomas.** Compartir con otros integrantes del proyecto YouthxChange que se encuentran en todas partes y poder acceder a las guías en tu idioma, organizar sesiones de formación sobre estilos de vida sustentables o para saber más sobre el proyecto en su país. Esta sección se abre a la red YouthxChange en todo el mundo.

Poniendo prioridades en perspectiva...

Objetivos de Desarrollo del Milenios: lo que debemos lograr... *(para el 2015)*	***US$**** *(miles de millones)*	***... comparado con lo que se esta gastando hoy en:***	***US$*** *(miles de millones)*	***donde***	***año***
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre **OBJETIVO 1:** *reducir a la mitad la proporción de personas que viven con menos de un dólar al día..*	54/62	**Equipamientos y servicios militares**	1,001	*En todo el mundo*	*2005*
OBJETIVO 2: *reducir a la mitad la proporción de personas que padecen hambre.* *> reducir a la mitad la proporción de desnutrición infantil.*	29.6	**Alimentos y productos para el cuidado de mascotas**	37	*América del Norte*	*2006*
2. Lograr la enseñanza primaria universal **OBJETIVO 3:** *garantizar que todos los niños y niñas puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.*	11	**Bebidas alcohólicas**	56	*Inglaterra*	*2004*
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer **OBJETIVO 4:** *eliminar la disparidad entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles para el año 2015.*	0.4/0.6	**Cirugía estética**	8.5	*EE. UU.*	*2004*
4. Reducir la mortalidad infantil **OBJETIVO 5:** *reducir en dos tercios la tasa de mortalidad entre niños menores de cinco años* *> ampliar la cobertura de la atención materna y neonatal.*	6.1	**Helados y postres congelados**	36.6	*EE.UU.*	*2004*
> infantil y materna, la inmunización en los países más pobres	3.5	**Ropa y calzado de bebe**	16.8	*EE.UU.*	*2005*
5. Mejorar la salud maternal **OBJETIVO 6:** *reducir en tres cuartas partes la tasa de mortalidad materna* *> facilitar el acceso universal a los servicios de salud sexual y reproductiva*	23	**Cosméticos y artículos de tocador**	48.2	*Europa Occidental*	*2005*
6. Combatir el VIH / SIDA, la malaria y otras enfermedades **OBJETIVO 7:** *detener y comenzar a revertir la propagación del VIH / SIDA*	22.1	**Productos para adelgazar**	49.2	*Europa*	*2004*
OBJETIVO 8: *detener y comenzar a reducir la incidencia de la malaria y otras enfermedades graves.*	3.2	**Arreglos florales**	40	*mundial*	*2005*
7. Garantizar la sustentabilidad del Ambiente **OBJETIVO 9:** *integrar los principios del desarrollo sustentable en las políticas y programas nacionales; revertir la pérdida de recursos del medio ambiente* *> financiación de áreas protegidas (AP) para la conservación de la biodiversidad*	12/13	**Cruceros marítimos**	28.3	*EE.UU y Europa*	*2005*
OBJETIVO 10: *reducir a la mitad la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable*	10	**Agua embotellada**	100	*mundial*	*2006*
OBJETIVO 11: *mejorar la vida de 100 millones de habitantes de asentamientos urbanos*	20	**Joyas y relojes**	59.4	*EE.UU.*	*2005*
8. Fomentar la asociación mundial para el desarrollo **OBJETIVO 12:** *desarrollar más plenamente un sistema comercial y financiero abierto que está basado en normas, previsible y no discriminatorio, incluyendo un compromiso con la buena gobernanza, el desarrollo y la reducción de la pobreza a nivel nacional e internacional* *> asistencia técnica vinculada al comercio y el fomento de la capacidad*	10.2	**Juegos de azar en linea**	12	*mundial*	*2005*
OBJETIVO 13: *Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados. Incluye el acceso sin aranceles ni cupos de las exportaciones de los países menos adelantados; el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres muy endeudados y la cancelación de la deuda bilateral oficial; y la concesión de una asistencia oficial para el desarrollo más generosa a los países comprometidos con la reducción de la pobreza* *> cancelación total de la deuda de los países mas pobres*	-80	**Subsidios agrarios**	321	*EE.UU, UE y Japón*	*2004*
OBJETIVO 14: *Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo*	9.9	**Viajes personales y turismo**	348	*Europa*	*2005*
OBJETIVO 15: *Encarar de manera integral los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales para que la deuda sea sostenible a largo plazo. Encarar de manera general los países en desarrollo los problemas de la deuda con medidas nacionales e internacionales para hacer la deuda sostenible a largo plazo* *> implementar la Iniciativa para Países Pobres muy Endeudados (HIPC por sus siglas en inglés)*	63.2	**Publicidad**	451	*mundial*	*2007*
OBJETIVO 16: *En cooperación con los países en desarrollo, desarrollar un trabajo decente y productivo para los jóvenes*	sin datos	**Juegos de video**	23	*mundial*	*2006*
OBJETIVO 17: *En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso asequible a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo*	sin datos	**Drogas ilegales**	322	*mundial*	*2005*
OBJETIVO 18: *En cooperación con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente tecnologías de información y comunicaciones* *> la mejora de las infraestructuras de telefonía móvil en los países en desarrollo*	56	**Consumo de productos digitales electrónicos**	167	*mundial*	*2006*

* fondos necesarios estimados por año

Los presupuestos calculados para el cumplimiento de los Objetivos del Milenio resultan ser controversiales. Las cifras mencionadas en este cuadro fueron extraídos de las estadísticas oficiales pero no tienen rigurosidad científica. El cuadro simplemente tiene por objeto visualizar desequilibrios y realizar algunas comparaciones entre los gastos realizados.

El cuadro no hace ningún juicio de valor ni tiene la intención de sugerir que se trasladen fondos procedentes de una partida presupuestaria determinada a otra. El trabajo de investigación se llevó a cabo entre enero y marzo de 2007.

Fuentes

Sitios Web, libros etc. mencionados en la Guía.

Introducción al CS

> Brundtland Gro Harlem et al., *Brundtland Report. Our Common Future*, WCED, New York-Oxford, Oxford University Press, 1987
> UNEP, *Youth and Sustainable Consumption*, Nairobi/Paris, October 1999
> Weizsäcker Ernst von, Amory B. Lovins and L. Hunter Lovins. *Factor Four: Doubling Wealth, Halving Resource Use*, Earthscan Publication, UK, 1998
> www.factor10-institute.org
> www.unep.fr/pc/sustain/10year/SCP_Resource_Kit.htm
> Teaching and Learning for a sustainable future – a multimedia professional development programme, UNESCO 2005 - www.unesco.org/education/tlsf

> Suplemento Enfoques del Diario La Nación, octubre de 2008

El proyecto YxC

> www.unep.fr/pc/sustain/youth/research-project.htm
> www.unesco.org/youth_survey United Nations – Population Division: http://esa.un.org/unpp/index.asp?panel=2

Haciendo foco en la educación

> www.unesco.org/education/desd
> www.unesco.org/ccivs/New-SiteCCSVI/CcivsOther/esd/esd-presentation.htm

Cambiando a estilos de vida sustentables

> www.footprintnetwork.org http://ecofoot.org
> Living Planet Report 2006: www.panda.org /news_facts/publications/ living_planet_report/index.cfm
> "More than 30% of our food is thrown away" by John Vidal, environment editor, The Guardian, Friday April 15, 2005 [http://society.guardian.co.uk/environment/news/0,14129,1460299,00.html]
> www.globalfoodbanking.org

Cuidate

> www.foodbiotech.org
> www.cafarmersmarkets.com
> www.greentrade.net
> www.lfm.org.uk
> www.cantierisola.org
> www.ferryplazafarmersmarket.com
> www.nutrar.com
> www.consumersinternational.org
> www.sustainweb.org/chain_fm_index.asp
> www.hacsg.org.uk
> www.chem.unep.ch
> www.pan-international.org
> www.pesticide.org
> www.who.int/topics/pesticides/en
> http://glossary.eea.europa.eu/EEAGlossary
> www.pmac.net
> http://ianrpubs.unl.edu/pesticides
> www.who.int/topics/air_pollution_indoor/en/index.html
> www.epa.gov/iaq/pubs/hpguide.html
> www.epa.gov/iaq/index.html
> www.arb.ca.gov/research/asthma/asthma.htm
> www.agenciacyta.com.ar
> Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación – Unidad Coordinadora de Salud y Ambiente www.ambiente.gov.ar
> www.salud.gov.ar

Como moverse en la ciudad

> www.wbcsdmobility.org
> http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2004/com2004_0060en01.pdf
> www.uitp.com/Project/pics/susdev/BrochureUK.pdf
> World Bank, Development Indicators 2005 [http://devdata.worldbank.org/wdi2005/Cover.htm]
> www.wbcsd.org/web/publications/mobility/overview.pdf
> www.transport2000.org.uk/factsandfigures/Facts.asp
> www.unep.org/GEO/geo3/english/376.htm
> http://observer.guardian.co.uk/carbontrust/story/0,16099,1511925,00.html
> www.worldcarfree.net / resources/stats.php #onecar
> www.business-standard.com
> www.oica.net/htdocs/Main.htm
> www.walkingbus.org
> www.stattauto.de
> www.carsharing.net
> www.agenda21.bremen.de/carfree
> www.toshare.org
> www.eltis.org
> www.pewclimate.org
> www.iea.org
- Clayton Caroline, *Dirty Planet: the Friends of the Earth Guide to pollution and what you can do about it*, London, Livewire Books, 2000
> www.greener-driving.net/site/home.html
> UNEP, Transport Initiative: www.unep.fr/en/info/videos.htm
> http://www.buenosaires.gov.ar/areas/obr_publicas/copua/semana_movilidad.php?menu_id=14115
> Archivo de prensa Gobierno de Mendoza www.earchivo.mendoza.gov.ar
> http://geo-juvenil.blogspot.com/2006/09/rosario-fueron-presentados-los-minibus.html

De viaje

> www.unep.fr/tourism
> www.world-tourism.org
> www.wttc.org
> www.ecotourism.org www.tourismconcern.org.uk
> www.survival-international.org
> www.farfrontiers.com/about-us/166/the-himalayan-tourist-code
> www.eed.de/fix/ten-tourism
> www.tourisminsight.com
> www.green-travel.org
> wwwresponsibletravel.com
> www.sierraclub.org

Reduce los residuos

> http://themes.eea.eu.int/Environmental_issues/waste/reports
> www.mindfully.org/Plastic/Ocean/Moore-Trashed-Pacific-Nov03.htm
> www.plasticdebris.org
> www.algalita.org
> www.goacom.com/community/pfgc
> www.reciclar-t3.org.br
> www.shareholder.com/bid/news/20021206-96753.cfm
> www.svtc.org
> www.worldwatch.org/pubs/goodstuff/computers
> www.epson.com/cgi-bin/Store/Recycle/RecycleProgram.jsp
> www.ibm.com/ibm/environment
> www.apple.com/environment/recycling/nationalservices
> www.hp.com/hpinfo/globalcitizenship/environment/recycle/index.html
> www.dell.com/content/topics/segtopic.aspx/dell_recycling?c=us&cs=19&l=en&s=dhs
> www.intel.com/intel/other/ehs/product_ecology/R_R_Initiatives.htm
> www.philips.com/assets/Downloadablefile/Environmental-responsibility-2828.pdf
> www.sony.net/SonyInfo/Environment/recycle/japan/index.html
> www.xerox.com/go/xrx/template/020e.jsp?Xcntry=USA&Xlang=en_US
> www.o2.org/index.php
> www.cfd.rmit.edu.au
> www.wastewatch.org.uk
> www.unep.fr/pc/sustain/design/design.htm
> www.env.go.jp/recycle/3r/en
> www.wastewatch.org.uk
> www.recycle.net
> www.grn.com/grn/library/gloss
> www.kenya-wildlife-service.org/marine.html #Kiunga
> www.ucc.ie/famine/GCD/Kiunga- Case%20Study.doc
> www.atimes.com/china
> www.tragamovil.com
> www.europa.eu.int/comm/environment/waste/facts_en
> www.pampasdesign.com.ar
> El ceibo T.B – Trabajo Barrial – ceibote@arnet.com.ar elceiborsu@yahoo.com.ar
> www.minimahuella.com.ar
> www.secretariadeambiente.cba.gov.ar/prensaydifusion.html
> www.buenosaires.gov.ar/areas/med_ambiente/dgpru/galeria/galeria.php]

Optimizá energía

> www.iea.org
> www.eia.doe.gov
> www.eccj.or.jp/index_e.html
> www.housing.gov.za/sustainablesettlements/CaseStudies/DisplayCase.asp
> www.wri.org/wri/trends/index
> www.fuelcellpark.com
> www.lipower.org/cei/tips.html
> www.npower.com/juice
> www.seba.es
> www.menergia.gov.ec/php/proy_galapagos_ELECT.php
> http://rredc.nrel.gov
> www.solardome.com
> www.solarnow.org
> http://solstice.crest.org
> www.eere.energy.gov
> www.renewables.ca/main/main.php
> www.fedarene.org
> www.energystar.gov

> www.eu-greenlight.org
> www.eu-greenlight.org/pdf/GL_Catalogue/GL_catalog_14.pdf
> www.designinggreen.com/english/index.htm
> Clayton Caroline, *Dirty Planet*, op.cit.
> www.eren.de.gov
> www.energystar.gov
> www.eu-greenlight.org
> http://energyefficiency.jrc.cec.eu.int/energystar
> http://europa.eu.int/comm/energy/en/renewable/idae_site/deploy/prj083/prj083_1.html
> http://database.bestpractices.org
> www.barefootcollege.org
> www.wbcsd.org
> www.fastcompany.com
> www.ashdenawards.org
> Proyecto PREMER [http://energia.mecon.gov.ar/permer/permer.html
> http://energia3.mecon.gov.ar/contenidos/archivos/Reorganizacion/eficiencia/modelo_etiqueta.pdf
> Fundación para el Desarrollo Sustentable Email: fundesus@fundesus.org.ar

Pronostica el tiempo

> www.unep.fr/ozonaction
> www.ipcc.ch
> http://unfccc.int/2860.php
> www.wmo.ch/index-en.html
> www.grida.no/climate
> http://pacinst.org/global change.org
> www.greenpeace.org/international/campaigns/climate-change http://unfccc.int/essential_background/kyoto_protocol/items/2830.php
> www.hm-treasury.gov.uk/media/8AC/F7/Executive_Summary.pdf
> http://unfccc.int/files/press/backgrounders/application/pdf/factsheet_adaptation.pdf
> www.climateneutral.com
> www.pewclimate.org
> www.unesco.org/mab/ecosyst/drylands.shtml
> www.iea.org/Textbase/npsum/enertech2006SUM.pdf
> www.worldwildlife.org/climatesavers
> www.impattozero.it
> www.defipourlaterre.org
> www.ceroco2.org
> www.safeclimate.net/business/index.php
> www.climatevoice.org
> www.iisd.org/youth/internet cafe
> www.globalchange.org
> www.cool-companies.org
> www.safeclimate.net
> www.climatevoice.org

Cuidá el agua

> www.waterweb.org
> www.ashoka.org/global/ei_casestudies.cfm#laxman
> www.earth-policy.org/Updates/2006/Update51.htm
> www.panda.org/about_wwf/what_we_do/freshwater/news/index.cfm?uNewsID=2250
> http://enrin.grida.no/aral/main_e.htm
> www.grinningplanet.com
> www.who.int/water_sanitation_health/dwq/guidelines/en
> www.unesco.org/water
> www.unwater.org
> www.gpa.unep.org
> www.thewaterpage.com
> Programa de Uso Racional del Agua, http://www.minplan.gov.ar

Compras responsables

> www.ilo.org/public/english/standards/ipec/simpoc/others/globalest.pdf
> www.rugmark.org
> www.fifa.com/en/fairplay/index/0,1255,113478,00.html?articleid=113478
> www.unicef.org/protection/files/child_labour.pdf
> www.solidar.org
> www.dol.gov
> www.bls.gov
> www.unicef.org/sowc04/sowc04_education_child_labour.html
> www.managementtoday.co.uk/article/600660
> www.ibe.unesco.org/cops/Animation/UNICEF_%20UESCO repchild.pdf
> www.un.org/millenniumgoals/regionalreps.html
> www.unesco.org/education/efa/fr/wef_2000/index.shtml
> www.uis.unesco.org/ev_fr.php?ID=5275_201&ID2=DO_TOPIC
> www.icftu.org
> www.stopchildlabor.org/internationalchildlabor/Plantation Project
> www.ethicalconsumer.org/boycotts/successfulboycotts.htm
> www.amnesty.org
> www.hrw.org
> www.ilo.org/public/english/standards/ipec/about/factsheet/expls-98/exampl3.htm
> www.nlcnet.org/campaigns/maternity
> www.antislavery.org
> www.stopchildlabor.org/internationalchildlabor/Plantation Project
> www.ethicalconsumer.org/boycotts/successfulboycotts.htm
> www.amnesty.org
> www.hrw.org
> www.ilo.org/public/english/standards/ipec/about/factsheet/expls-98/exampl3.htm
> www.nlcnet.org/campaigns/maternity
> www.antislavery.org
> www.hrw.org
> http://www.equitativo.com.ar
> http://www.comerciojusto.org
> http://www.comerciojusto.com/
> http://www.consumoresponsable.com
> www.consumoresponsable.org
> http://www.rainforest-alliance.org/programs/forestry/smartwood/pdfs/santa-barbara.pdf
> Subsecretaría de Defensa del Consumidor del Ministerio de Economia, www.mecon.gov.ar/secdef/basehome/consumidor.htm
> www.inti.gov.ar/extension/cadenavalor.htm
> Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, www.sagpya.mecon.gov.ar
> www.fundacionproyungas.com.ar
> www.fundapaz.org.ar

Valorá la vida

> www.infolav.org
> www.themeatrix.com/shop
> www.leapingbunny.org/faq.htm
> www.allforanimals.com/cruelfree1.htm
> www.naturewatch.org
> www.animalaid.org
> www.eceae.org
> www.aveda.com/customerservice/ourmission.tmpl
> http://valuesreport.thebodyshop.net
> www.iucn.org
> www.worldwildlife.org/buyerbeware
> www.savedolphins.org
> www.unep.org/grasp
> www.biodiv.org/default.shtml
> www.unesco.org/mab/biodiv.shtml
> www.cites.org
> www.worldwildlife.org/wildplaces/congo
> www.traffic.org/news/salaw Time Europe, April 17, 2000 Vol.155 No.15
> www.eia-international.org
> www.ecocrimes.org
> http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=12

Estar a la moda

> http://en.wikipedia.org/wiki/Fashion
> http://en.wikipedia.org/wiki/Dress_code
> www.fashion-era.com/sociology_semiotics.htm
> http://online.sfsu.edu/~kendrav/fashion
> Joanne Finkelstein, Chic Theory, in Australian Humanities Review, 1997 [www.lib.latrobe.edu.au/AHR/archive/Issue-March-1997/finkelstein.html]
> www.marquise.de/en/misc/fashion.shtml
> Roland Barthes, The Language of Fashion, Berg Publishers, Oxford (UK), March 2006, pp 224 [www.bergpublishers.com]
> www.anitaroddick.com
> www.nologo.org
> www.ethicalfashionshow.com
> www.sustainablestyle.org
> www.treehugger.com
> www.springwise.com/fashion_beauty
> www.ekwo.org
> www.ethicalfashionshow.com
> www.cleanclothes.org/codes/intro.htm
> www.sweatshopwatch.org
> www.corpwatch.org
> www.itcilo.org/actrav/actrav-english/telearn/global/ilo/code/main.htm#The%20Concept
> www.jo-in.org
> www.coopa-roca.org.br/en/index_en.html
> www.indigenousdesigns.com
> www.marketresearch.com
> www.pan-international.org
> www.katarinahamnett.com
> www.organicexchange.org
> www.laborrights.org/projects/conference/ecopolitics.htm
> www.ota.com/organic/wool factsheet.html
> www.centexbel.be/Eng/i-box_archives.htm
> www.oeko-tex.com
> http://www.minimahuella.com.ar
> www.unimoron.edu.ar/Home/Facultades/FacultadArquitectura/tabid/176/Default.aspx - 29k
> www.inti.gov.ar/novedades/compromiso_social.htm
> www.portal-patagonico.com.ar

Actuá

> www.unep.fr/sustain
> http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index_en.htm
> www.greenmoneyjournal.com
> www.energystar.gov

> www.ithacahours.org
> www.comune.fe.it/bancadeltempo
> www.appropriate-economics.org/africa/africa.htm
> www.sustainable-everyday.net
> www.unep.org/tunza
> www.cool-companies.org
> www.co-operativebank.co.uk/ethics.html
> www.ethicalconsumer.org
> www.novethic.fr/novethic/site/index.jsp
> www.gdrc.org/icm
> www.grameen-info.org/bank/moa.html
> www.pactworld.org
> www.eca-watch.org
> www.fern.org/pages/eca/eucamp.html
> www.oneworld.org/guides/ethcons/eth_invest_link
Klein Naomi, No Logo, Flamingo, London 2001 [www.nologo.org]
> www.mecon.gov.ar/secdef/basehome/consumidor.htm
> www.sagpya.mecon.gov.ar
> http://www.rainforest-alliance.org/programs/forestry/smartwood/pdfs/santa-barbara.pdf
> http://www.barrameda.com.ar/articulo/educamb1.html
> www.uca.edu.ar/esp/sec-ccs/subs-microcreditos/esp/page.php?subsec=institucional
> Fundación Grameen (Aldeas) Argentina, www.grameenarg.org.ar

Descubriendo la aldea global

> www.kff.org
> https://drum.umd.edu/dspace/bitstream/1903/3120/1/umi-umd-2935.pdf
> L'Espresso, 27 September 2001
> Encyclopaedia of Business; quoted in [www.answers.com/library/Encyclopedia+of+Business-cid-1123397206]
> www.media-awareness.ca
> www.adforum.com/specialevents/ACT/ACT6/tc.asp
> www.interpublic.com
> www.smh.com.au
> www.chamber.org.hk
> www.unep.fr/pc/sustain/advertising/advertising.htm
> www.phac-aspc.gc.ca/ncfv-cnivf/familyviolence/html/nfntseffemedia_e.html
> www.apa.org/releases/media_violence.html
> www.idealist.org
> www.ijbnpa.org/content/1/1/3
> www.iotf.org/media/euobesity2.pdf
> www.thebodyshop.com.au/ourValues.cfm?pageID=30
> www.myspace.com
> www.youtube.com
> www.takingitglobal.org
> Jonathan Greenblatt, *"Kingdom Come: Striking the Balance between Celebrities and Causes"*, December 21, 2006 3:29 AM [www.worldchanging.com/archives/005505.html]
> Crystal Park, "Celebrity Activism: Publicity Stunt or Sincere Care?", Washington, 21 February 2007 [www.voanews.com/english/2007-02-21-voa38.cfm]
> www.italica.rai.it/eng/principal/topics/bio/jovanotti.htm
> www.adbusters.org
> www.casseursdepub.org
> www.justthink.org

Créditos fotográficos

La mayoría de las imágenes pertenecen a la UNESCO de fotos Photobank [http://upo.unesco.org/photobank.asp].

Bienes comerciales, anuncios, logos, etc. proceden de instituciones, organizaciones no gubernamentales y las empresas de publicaciones y sitios web.

Otros contribuyentes:

> MÉTA, Patrizia Lugo Loprieno (cover, p. 15, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 33, 35, 36, 37, 40, 51, 54, 55, 62, 63, 71, 72, 76, 77)
> Tomorrow Magazine, Stockholm (cover)
> La Nuova Ecologia, Rome (cover)
> Colors Magazine, Ponzano Veneto, Italy (p. 24)
> www.citywatchnews.net (p. 68)
> www.davidakin.blogware.com (p. 69)
> www.globecommsystems (p. 73)
> Luciana Elli (p. 4, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 27, 32, 34, 38, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 52, 58, 59, 60, 61, 64, 76, 77)
> GreenCross Argentina (p. 40, 42, 49)
> Ma. José Branchi (p. 46)

Agradecimientos

El Instituto Argentino para el Desarrollo Sustentable IADS y Consumidores Argentinos desean agradecer a Ricardo Sánchez Sosa, Director Regional para América Latina y el Caribe del PNUMA por haber creído desde un principio en que este trabajo sería posible. Asimismo hacen extensivo su agradecimiento a Victoria Beláustegui y Rubén Márquez del PNUMA – ORPALC por su apoyo y buenos consejos.
A Luis Flores de Consumers International por creer en este proyecto.
A Morgan Strecker por su orientación y entusiasmo en el trabajo de adaptación para Argentina.
A Ma. Victoria Lacal-Montenegro, Ma. Silvina Nabais Robalo y a Ma. Soledad Nabais Robalo del Estudio "DUO Diseño" por la paciencia, el esfuerzo y excelente trabajo realizado.
A Luciana Elli por las fotografías tomadas que tan bien representan a nuestro país.
A Green Cross Argentina por la información y las fotografías facilitadas.
A todo el equipo de Consumidores Argentinos y del IADS por el esfuerzo, empeño y dedicación por concretar el proyecto con la creencia de que el cambio lo hacemos entre todos.

UNESCO

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation) se funda 1945. El objetivo principal de la UNESCO es contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo, promoviendo la colaboración entre las naciones a través de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación para extender el respeto a la justicia, a la ley a los derechos humanos y a las libertades fundamentales que la Carta de las Naciones Unidas reconocen a todas las personas del mundo sin distinción de raza, sexo, lenguaje o religión.

Desde su sede en Paris, la UNESCO lleva a cabo cinco funciones principales: estudios de la prospectiva (es decir, responder a la pregunta acerca de cómo será la educaron, la ciencia, la cultura y la comunicación en el mundo de mañana); la transferencia, el intercambio de conocimientos y su progreso; acción normativa e institucional (preparación y adopción internacional de instrumentos normativos y recomendaciones legales; asistencia técnica ofrecida a los Estados miembros para desarrollar sus políticas y proyectos en forma de "cooperación técnica" e intercambio de información especializada.

La UNESCO trabaja de forma interdisciplinaria relacionando la ciencia, la tecnología y el desarrollo sustentable. Principalmente esta tarea la desarrolla el área de Educación y Ciencia. Su objetivo es promover en los distintos ámbitos educativos valores y una ética capaces de influir en el estilo de vida y en el comportamiento de la gente para ayudara a construir un futuro sustentable.

Para mayor información contactar con:

UNESCO
Division for the Promotion
of Quality Education

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

UNEP-DTIE

La misión de United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics (UNEP-DTIE) es ayudar a los órganos de decisión de los gobiernos, autoridades locales y de la industria a desarrollar y adoptar políticas y practicas que:

> Sean limpias y seguras;
> Utilicen eficientemente los recursos naturales
> Aseguren Una gestión adecuada de los productos químicos.
> Incorporen los costes ambientales;
> Reduzcan la contaminación y los riesgos para la gente y el medio ambiente.

UNEP-DTIE, tiene su sede en Paris, esta formada por una unidad central y cuatro departamentos especializados: el centro Internacional de Tecnología Medioambiental (Osaka); Producción y Consumo (Paris); Productos Químicos (Ginebra); Energía y Ozono Acción (Paris); Economía y Comercio (Ginebra).

Las actividades del UNEP-DTIE se centran en el fomento de la concientización, mejorar la transferencia de información, capacitar, promocionar la cooperación, las asociaciones y trasferencias de tecnología, mejorar la comprensión de los impactos medioambientales del comercio, integrar las consideraciones medioambientales en las políticas económicas y catalizar la seguridad química mundial.

El UNEP-DTIE funciona como un catalizador para unir industrias, gobiernos y organización no gubernamentales para lograr formas de desarrollo industrial que no perjudiquen el medio ambiente y promuevan el desarrollo sustentable.

Para mayor información contactar con:

UNEP-DTIE
Division of Technology, Industry
and Economics

15 rue de Milan
75441 Paris Cedex 09 (France)
Tel: +33 1 4437 1450
Fax: +33 1 4437 1474
e-mail: unep.tie@unep.fr
website: www.unep.fr

MÉTA

MÉTA (Media Ecology Technology Association) es una ONG internacional que agrupa especialistas en medio ambiente, desarrollo sustentable y comunicación, que se dedica a la promoción del desarrollo sustentable a través de los nuevos medios de comunicación y sus tecnologías asociadas.
Las principales actividades de la asociación incluyen la investigación, la organización de actos, edición de publicaciones, organización de campañas de comunicación y ofrecer asistencia técnica y científica a organizaciones públicas y privadas.

Con anterioridad META ha trabajado con la UNEP-DTIE en una campaña "Publicidad para un mundo mejor", una iniciativa para animar a los medios de comunicación a implicarse en la promoción del Consumo Sustentable. META ha desarrollado el concepto general, documentado y puesta a punto el conjunto de herramientas educativas de YOUTH x CHANGE.

Para mayor información, contactar con:

MÉTA
Media Ecology Technology
Association

34-36, rue du Chimiste
1070 Brussels (Belgium)
Tel: (+ 32 2) 537 1845
Fax: (+ 32 2) 537 4753
e-mail: info@e-meta.net
website: www.e-meta.net