

XV Semana de Ética y Filosofía Política
UNED, Madrid, 27-30 marzo de 2007

Ciudadanía y consumo: ¿una relación sostenible?

Carme Melo
School of Politics, International Relations and the Environment
Research Institute for Law, Politics and Justice
Keele University, Reino Unido

Resumen

Asistimos a una explosión del consumo sin precedentes, hasta el punto de que ésta, la sociedad en que vivimos, es descrita como la sociedad de consumo. Los límites del crecimiento, la finitud de los recursos y la puesta en boga del término “desarrollo sostenible”, convergen en la insostenibilidad del modelo actual de consumo. “Consumo sostenible” y “consumo ético” forman ya parte de la retórica de las autoridades y de los discursos del movimiento ecologista y otros grupos en la sociedad civil, aunque la definición del concepto de consumo sostenible no deja de ser ambigua. La difusión de productos publicitados como de escaso impacto socioambiental –con la consiguiente consolidación de la “industria verde” y el “consumismo verde”-, no hace sino añadir más confusión. La ciudadanía se ve instada, desde diversos ámbitos, a la actuación responsable y sostenible en el consumo. Así, se habla ya de ciudadanos-consumidores.

Esta comunicación abordará el concepto de consumo sostenible y su relación con el consumismo verde desde la perspectiva de la ciudadanía, reflexionando acerca del significado que adquiere la ciudadanía en la controversia sobre consumo y sostenibilidad. Se examinarán los argumentos que aconsejan la asociación ciudadano-consumidor y los problemas que entraña, tanto para el propio concepto de ciudadanía como para la ecología política. Finalmente, aunque contemplando los inconvenientes y partiendo de ellos para una posible reformulación, se sugerirán algunas soluciones conciliadoras que apuestan por la asociación de ambos conceptos, estableciendo el nexo en la democratización políticoeconómica y en la lucha por la igualdad social.

Introducción

El consumo ha sido tradicionalmente considerado como una actividad privada; sin embargo, desde que en la Cumbre de Río, en 1992, se señalara por primera vez la estrecha relación entre el nivel de consumo de las sociedades opulentas y la degradación del planeta, el consumo se ha convertido en una cuestión de interés público que forma parte de la agenda política internacional. La adquisición de bienes de consumo es concebida como un espacio propio de la ciudadanía. Los ciudadanos nos vemos, desde diversos ámbitos, animados a actuar de modo responsable en nuestros actos de consumo. Así, el consumo nos brinda un nuevo cauce de participación política.

Des de la década de los ochenta un gran número de publicaciones académicas, campañas de agencias gubernamentales y de ONGs ecologistas enfatizan el modo en

que los actos de consumo individual pueden contribuir a mejorar la sostenibilidad global del planeta. Se nos insta, como ciudadanos, a aportar nuestro grano de arena en la batalla contra la crisis ecológica a través de nuestras decisiones personales de consumo. La ciudadanía es definida como una medida alternativa para lograr la protección ambiental. Por primera vez la ciudadanía se puede ejercer a través del consumo, con lo que el consumidor es concebido como un ciudadano comprometido; se emplea ya con frecuencia el término ciudadano-consumidor. Asistimos, pues, a una “politización del consumo”: grupos ecologistas, de mujeres y asociaciones de trabajadores se han convertido en “participantes políticos en el mercado” (McGregor, S. 2002: 1). No obstante, la cuestión acerca de si el consumo puede constituir una actividad propia de la ciudadanía es controvertida. Las decisiones sobre qué consumimos son consideradas por la teoría económica clásica decisiones racionales, relativas a nuestra función de consumidores. Pero hablar de politización del consumo significa aceptar que las decisiones sobre qué consumimos son decisiones políticas y ciudadanas. No obstante, en las sociedades contemporáneas -dominadas por el imperativo del crecimiento económico y, por tanto, por el consumismo- la ciudadanía carece de tiempo y oportunidades para participar en la vida pública; de ahí que sea posible afirmar que el consumo repercute negativamente sobre la libertad y la autodeterminación de los individuos (Carter, N. 2001: 46). De hecho, una de las principales denuncias del movimiento ecologista ha sido, desde sus orígenes en la década de los sesenta, se refiere precisamente al modo en que el sistema económico capitalista y el individualismo han reducido a la ciudadanía a la categoría de consumidores, pasivos y preocupados exclusivamente con la reivindicación de derechos personales, lo cual ha sido asociado, a su vez, con la incompetencia de los procesos políticos existentes para luchar contra la degradación ambiental (Berglund, C. and Matti, S. 2006: 555). Si se aceptan estos argumentos, resulta contradictorio concebir el consumo como una dimensión de la ciudadanía cuando, precisamente, el deseo de mantener un determinado nivel de consumo impide a los ciudadanos ejercer plenamente las actividades que les son propias. Por tanto, hemos de preguntarnos si la asociación entre ciudadanía y consumo es posible. ¿Podemos ser, al mismo tiempo, ciudadanos y consumidores, o se trata, más bien, de elegir entre una u otra opción?

¿Una ciudadanía del consumo?

En esta sección exploraré la relación que existe entre los roles que los seres humanos tenemos como ciudadanos y como consumidores, y en cómo afectan estos a la sostenibilidad ambiental. El objetivo es, pues, determinar si se trata de funciones independientes y excluyentes –por lo que hablar de una ciudadanía de los consumidores carecería de sentido- o si, por el contrario, son roles compatibles. Son varios los argumentos esgrimidos para justificar ambas posiciones; pueden ser interpretados como las dos caras de la misma moneda. Ello me permite empezar señalando, en cada caso, la vertiente crítica de la asociación entre ciudadanía y consumo –para lo cual tomaré como punto de partida las ideas de John Barry (1999), para pasar, posteriormente, a matizarla con el correspondiente contraargumento.

El primer argumento que permite rechazar la relación entre la ciudadanía y la actividad de consumo puede enunciarse del siguiente modo: los intereses que los seres humanos tomamos en consideración como consumidores –de naturaleza distinta a aquellos que nos mueven a actuar como ciudadanos- entran en conflicto tanto con los intereses del mundo natural no humano como con los intereses que los seres humanos podamos tener en relación con el mundo natural. Esta afirmación se basa en la idea de que, en el rol de consumidores, los humanos atendemos exclusivamente a consideraciones económicas, las cuales, por sí mismas, tienden a resultar en comportamientos perjudiciales para el medio ambiente no humano (Barry, J. 1999: 65-66). Sin duda, la separación más nítida –y la más citada- entre los papeles de ciudadano y consumidor que encontramos en la teoría política ecológica es la efectuada por Mark Sagoff. Para Sagoff, cuando actúan como consumidores los seres humanos se preocupan únicamente por el interés y el beneficio personal –o preferencias no justificables-, mientras que, en tanto que ciudadanos, su actividad se orienta al interés público y al bien común –expresado en términos de valores justificables (1998: 8). Esta oposición, basada en el concepto de consumidor de la teoría económica clásica –que es la que predomina en las normas y políticas medioambientales (Berglund, C. and Matti, S. 2006; Barry, J. 1999)- ilustra, en Sagoff, la tensión entre las preferencias y métodos empleados en el análisis de coste-beneficio y los valores comunes a una determinada cultura local.

La distinción de Sagoff y, por tanto, el argumento de que como consumidores actuamos movidos por intereses económicos y individualistas, ha sido objetada por

varios teóricos verdes, siendo la de Russell Keat una de las primeras críticas¹. Según Keat, la tensión señalada por Sagoff se entiende mejor como un conflicto de valores, y no como una tensión entre valores y preferencias. Para el autor, el consumo es más que la expresión de las preferencias personales; es un valor cultural compartido, que refleja una determinada concepción de la sociedad y contribuye a la formación de la identidad individual y colectiva. Por tanto, cuando la ciudadanía debate sobre el bien común, se encuentra debatiendo sobre el valor que el consumo tiene en la sociedad, igual que debate sobre el valor atribuido a la protección del medio ambiente (1994: 342-344). Así, en opinión de Keat, apelar a los valores no permite distinguir entre ciudadano y consumidor –contrariamente a lo que defiende Sagoff-, sino que refleja la existencia de un conflicto de valores que ha de ser resuelto por la ciudadanía a través de la deliberación democrática.

En nuestro papel de consumidores, los seres humanos tomamos en cuenta cuestiones relacionadas, entre otros, con la salud, que, aun no pudiéndose afirmar que no responden al interés personal, se basan en argumentos distintos a los económicos y van más allá del individualismo, pues el que una decisión sea beneficiosa para el individuo, no impide que, al mismo tiempo, pueda repercutir en el interés general. Ello ocurre, por ejemplo, cuando elegimos adquirir productos libres de sustancias tóxicas.

Por otra parte, los procesos de decisión de los ciudadanos-consumidores están influidos por consideraciones éticas relacionadas con el modelo de sociedad en el que creemos y que deseamos construir. De manera similar, en ocasiones tomamos en cuenta argumentos relacionados con nuestro posicionamiento ante un determinado problema político. Así, algunos deciden seguir una dieta vegetariana y dejan de adquirir productos de origen animal en consonancia con su respeto por la vida y dignidad de los seres no humanos, mientras que otros boicotean productos que han sido producidos por empresas relacionadas con la industria armamentística, afirmando, de este modo, su antimilitarismo. Todos estos ejemplos reflejan actitudes y valores de respeto hacia el medio ambiente en las decisiones de consumo. Ello se debe, en parte, a que las actividades económicas están arraigadas en los valores morales, políticos y sociales de una determinada cultura. Estos valores condicionan nuestras elecciones y ayudan a desarrollar en los seres humanos identidades que inciden en las actividades económicas y de consumo (Berglund and Matti 2006: 551). Así pues, aun en el caso de que como

¹ Véanse, asimismo, Barry, J. 1999 y Dobson, A. 2003.

consumidores actuemos movidos por intereses económicos –como argumenta Sagoff-, dichos intereses encierran valores relacionados con el interés general, como los que se suele asociar al ejercicio de la ciudadanía². La línea que separa la ciudadanía del consumo no parece, pues, tan rígida como Sagoff sostiene.

El segundo de los argumentos que apuntan a la imposibilidad de resolver conciliatoriamente el dilema ciudadano-consumidor está relacionado con la concepción de la sostenibilidad ambiental como bien público. Según Jacobs (1996, en Barry 1999), el juicio que corresponde emitir a la ciudadanía en relación con este punto es si, colectivamente, como sociedad, queremos apostar por el desarrollo, el crecimiento económico o la sostenibilidad –o por todos ellos, alegando, pues, que se trata de objetivos compatibles. Por el contrario, si hemos de emitir el mismo juicio como consumidores, Jacobs argumenta que lo que nos preguntaremos no se referirá a la dimensión del medio ambiente como bien público, sino a cuánto nos costará o en cuánto nos beneficiará –personal y económicamente- la sostenibilidad. El valor del medio ambiente en tanto que bien público, no puede ser determinado a través de un cálculo individual, ni mediante la suma de valoraciones individuales. Para Jacobs, existe una distinción nítida entre una aproximación a la problemática ambiental desde el punto de vista de la ciudadanía y la valoración de la naturaleza en relación con las actividades de consumo. Desde el ámbito de la ciudadanía, el modo adecuado para determinar el valor del medio ambiente es el impuesto. Por tanto, preguntar a la ciudadanía cuánto estamos dispuestos a pagar por la protección ambiental permite determinar cuál es el valor que la sociedad en conjunto está dispuesta a asignar al mundo natural –y a los intereses humanos en éste-, sabiendo que el impuesto será satisfecho por la colectividad. Jacobs argumenta que obtendremos una respuesta distinta y, por tanto, una estimación distinta del valor que estamos dispuestos a pagar por la salvaguarda ambiental, si la cuestión se ciñe a cuánto está dispuesto a descontar de sus propios ingresos un ciudadano, sabiendo que el resto de la sociedad no está obligada a efectuar el mismo sacrificio. Esto es, la protección del medio ambiente a través del consumo, en tanto que acto individual y voluntario, será percibida por la ciudadanía como una especie de sacrificio que el resto

² Aunque supongamos que los seres humanos responden únicamente a incentivos económicos en su interacción con el mercado, el concepto de desarrollo sostenible, al incidir en la posibilidad de un modelo de desarrollo que permite, al mismo tiempo, perseguir el crecimiento económico, proteger la naturaleza y salvaguardar los intereses de las generaciones futuras, puede ser visto, según Barry, como un “intento de reconciliar los intereses de los consumidores en el crecimiento económico con sus propios intereses en la sostenibilidad ecológica como ciudadanos verdes” (Barry, J. 1999: 75)

de ciudadanos no tiene por qué asumir, por lo que difícilmente podrá conducir a la protección eficaz de la naturaleza.

Contra el argumento de Jacobs cabe cuestionar, en primer lugar, el que el pago de impuestos haya de ser una actividad más propia de la ciudadanía de lo que lo pueda ser el consumo. En segundo lugar, estudios recientes parecen desmentir la intuición de Jacobs de que los impuestos sean el modo más eficaz para el garantizar la protección del medio ambiente en cuanto que bien público, así como para fomentar actitudes ecológicas en la ciudadanía. A través de una serie de datos empíricos obtenidos en su estudio de los comportamientos pro-ambientales en Suecia, Berglund y Matti (2006) demuestran que el uso de incentivos económicos por parte de los gobiernos para promover comportamientos sostenibles entre los ciudadanos no siempre tiene el efecto deseado, debido a que el deber impuesto puede desplazar y destruir las motivaciones internas –y basadas en valores distintos a los económicos- que informan las actitudes de respeto hacia la naturaleza. La mayoría de los participantes aludió al deber moral de protección del medio ambiente y al deseo de que el resto de ciudadanos actúen del mismo modo como las motivaciones que se esconden tras sus pautas ecológicas de consumo. Los autores concluyen que, en tales situaciones, la sustitución del deber voluntario e individual por el impuesto produce un efecto disuasorio, pues elimina cualquier sentido del deber cívico. Según estos datos, el valor de bien público del medio ambiente y la asunción de la responsabilidad colectiva propia de la ciudadanía se expresa en mayor medida a través de actividades individuales y domésticas -como el consumo- que a través del impuesto al que alude Jacobs.

Un tercer argumento que refleja la incompatibilidad entre los roles humanos de consumidor y ciudadano se refiere a que, si la ciudadanía es identificada, principalmente, con el consumo lo que se promueve entonces es una concepción de la vida en la que el aspecto central, en términos de bienestar individual, es el consumismo. Así, se relegan a un segundo plano las cualidades humanas de “ser” y “hacer” (Barry, J. 1990: 180), con lo cual el significado sociopolítico del término ciudadanía es anulado. La actividad de adquisición de bienes se convierte, de este modo, en la función que cabe a asignar a la ciudadanía, que se ve reducida a una dimensión material.

Contra este argumento cabe señalar que el consumo no es, en sí mismo, negativo. De hecho, el consumo concebido como la satisfacción de necesidades es

necesario³. Es la actividad de consumo configurada como fin en sí mismo y contextualizada en un modelo económico orientado exclusivamente al consumismo y al crecimiento económico lo que produce el aislamiento del consumo respecto del resto de intereses humanos y la reducción de los recursos naturales y otras especies no humanas a meros objetos de consumo al servicio del ser humano. Por tanto, más que el rechazo al consumo en general como actividad propia de la ciudadanía, se ha de cuestionar la identificación de la ciudadanía con el consumismo⁴.

La cuarta objeción a la idea de la ciudadanía ejercida a través del consumo está relacionada con el proceso de formación de las preferencias que informan las decisiones ciudadanas y de consumo. Barry (1999: 66) señala que los intereses que los seres humanos tomamos en cuenta en nuestras decisiones sobre consumo suelen ser más estáticos que los que nos guían en nuestras actividades de ciudadanía. Las decisiones que tomamos como consumidores son el resultado de un proceso de formación de preferencias privado y no comunicativo, por lo que los hábitos de consumo antiecológicos serían, bajo este enfoque, más difíciles de ser modificados. Por el contrario –sigue Barry– nuestras preferencias ciudadanas o políticas son susceptibles de ser formadas y transformadas a través de la deliberación y la confrontación públicas. Esta idea está estrechamente relacionada con la defensa de un modelo deliberativo de democracia, por ser éste el procedimiento que mejor se adapta a los objetivos y preocupaciones de la ecología política. Los partidarios de una democracia deliberativa

³ Los ecologistas no se oponen al consumo en general sino el consumo innecesario, por considerarlo uno de los principales obstáculos para avanzar hacia la sostenibilidad. La creación de deseos artificiales a través de la publicidad y la moda, junto con la presión que supone la asociación de un determinado estilo de vida y nivel de consumo a la distinción social y cultural, desemboca en un nivel elevado de actividad económica, en gran parte, superflua. El abandono del consumo excesivo y la afluencia, mejorará considerablemente la vida de los seres humanos y se traducirá en un cooperativismo social que conducirá a la satisfacción personal a través de lo postmaterial. (Carter, N. 2001: 42-47). Así, se argumenta que el individualismo y egoísmo dominantes darán paso al surgimiento de valores y actitudes solidarios y cooperativistas, sobre los que edificar nuevas formas de relaciones interpersonales y con la naturaleza. La transformación consiste en poner el énfasis en la “calidad de vida” en lugar de la “cantidad” de bienes adquiridos. Ello permitirá apreciar que el consumismo no produce sino insatisfacción. El hecho de que el consumo, más allá de ciertos niveles, no aumenta la felicidad es, en sí mismo, esperanzador, pues, como señala McLaughlin, permite vislumbrar la posibilidad de que los seres humanos nos apercibamos del cambio necesario. La solución a nuestra insatisfacción parece hallarse, pues, en la reducción del consumo (McLaughlin 2003 115-122). De ahí la conveniencia de desarrollar una cultura de la suficiencia basada en la moderación del impulso adquisitivo y en la restricción de los deseos extravagantes (García, E. 2004: 203).

⁴ El consumismo se caracteriza por una actitud reverencial hacia el consumo, hasta el extremo de que la adquisición de bienes materiales se convierte en el principal objetivo de los seres humanos y el criterio que permite medir la posición sociocultural y el grado de satisfacción personal. En este sentido, Sue McGregor (2002: 2) considera que es posible situar el ecologismo político dentro del llamado “movimiento global anticonsumismo”, que denuncia el exceso de consumo y las consecuencias de ciertos hábitos de consumo para el medio ambiente, la política y las relaciones laborales y sociales.

verde consideran que el proceso de debate es el terreno adecuado para que emerjan y se extiendan entre la ciudadanía los valores ecológicos, pues al ser estos sometidos a discusión y justificación pública son más susceptibles de ser adoptados sobre la base de la fuerza del mejor argumento⁵. En mi opinión, y como objeción a este cuarto argumento, nada impide que la responsabilidad y sostenibilidad en el consumo sea uno de los valores que emerjan durante el proceso deliberativo, y que influya en la formación de las preferencias de consumo de la ciudadanía⁶. Por tanto, una concepción deliberativa del consumo permitiría trasladar las decisiones de consumo y la formación de preferencias del ámbito de lo privado a la esfera pública.

En estrecha relación con este cuarto argumento, se puede señalar otro factor que desaconseja la asociación entre ciudadanía y consumo: desde la óptica del consumo individual, el concepto de bien común ecológico encierra una concepción exclusivamente antropocéntrica, puesto que la definición de bien común es puesta en relación únicamente con la actividad de consumo humano (Barry, J. 1999: 66). Dicho de otro modo, hablar de consumo nos obliga a centrarnos en definiciones de sostenibilidad y bien común en relación con los seres humanos, pero no con el mundo natural no humano. Según los partidarios de la democracia deliberativa, para que los conceptos de sostenibilidad ecológica y bien común ecológico –referidos a otras especies- emerjan, se necesita un debate público y colectivo que permita considerar los intereses no humanos, que son marginados en el tratamiento de la cuestión ambiental desde la perspectiva del consumo. Si la sostenibilidad concebida como bien público es definida a través de un proceso político deliberativo, es posible incorporar a dicho proceso los intereses del mundo natural no humano. Esta es otra de las ventajas que los teóricos verdes esgrimen para justificar la conveniencia del modelo deliberativo para la articulación de los fines y valores del ecologismo: que el marco deliberativo permitiría una mejor representación de los intereses del medio ambiente natural. En relación con el consumo, las necesidades de los no humanos –o su necesidad de gozar de suficiente espacio ecológico- podrían ser tomadas en cuenta, y, por tanto, la objeción contra la asociación ciudadanía-consumo en base a este argumento quedaría, al menos, matizada, si se enfocase la cuestión del consumo desde un punto de vista no antropocéntrico, esto

⁵ Sobre democracia deliberativa y ecologismo, véanse: Barry, J. 1996 y 1999; Dryzek, J. S. 1994 y 2000; Eckersley, R. 2000 y 2002; Smith, G. 2003.

⁶ Del mismo modo, nada impide que como resultado del proceso deliberativo emerjan valores antiecológicos.

es, incidiendo en la necesidad de reducir el nivel de consumo humano y el uso excesivo de espacio ecológico en beneficio de las necesidades de los no humanos.

Del análisis de estos cinco argumentos y contraargumentos podemos extraer varias conclusiones. La primera es que es el concepto economicista e individualista de consumo –y el concepto de consumidor propio de la teoría económica clásica- el que conduce a defender la imposibilidad o inconveniencia de asociar ciudadanía y consumo. En segundo lugar, esta limitación se puede superar sometiendo la definición de consumo, así como las decisiones de consumo, a debate público. Finalmente, un modelo democrático deliberativo posibilitaría tanto la concreción pública del modelo social de consumo, como, se espera, la extensión de hábitos de consumo sostenibles entre la ciudadanía⁷. Bajo mi punto de vista, más que elegir entre ser ciudadano o ser consumidor, de sustituir a los consumidores por los ciudadanos, el análisis de los argumentos anteriores apunta más bien hacia una redefinición tanto del concepto de ciudadanía como del de consumo, para incorporar a la noción de ciudadanía la dimensión del consumo sostenible. Se trata de reconocer que nuestras preferencias y hábitos de consumo están determinados por cuestiones normativas (Barry, J. 1999: 149). Es cierto que hemos de sustituir el economicismo por las consideraciones morales y de justicia en nuestras decisiones sobre consumo, pero ello no implica, en mi opinión, rechazar el consumo como modo de ejercer la ciudadanía.

Ciudadanía ecológica y consumo sostenible

A pesar de que el nivel de consumo ha crecido de manera imprecendente a lo largo del siglo XX, los estudios comparativos evidencian la disparidad en la tasa de crecimiento. En las últimas tres décadas, el incremento del consumo medio por hogar en Asia Central ha sido del 6%, mientras que en África ha disminuido más de un 20%. El 20% por cien de la población mundial se ha visto excluido del *boom* del consumo, y mientras un 20% concentrado en los países ricos es responsable del 90% del consumo global, más de un billón de personas no pueden satisfacer sus necesidades básicas de consumo (UNHDR 1998: 1-4). El elevado nivel de consumo de las sociedades ricas está asociado con el uso de un mayor número de recursos naturales y espacio ecológico del

⁷ Aunque estos son algunos de los argumentos esgrimidos para justificar la adopción por parte del ecologismo de la democracia deliberativa, nada garantiza que el resultado del proceso comunicativo favorezca las medidas sostenibles (Smith, G. 2003; Arias Maldonado, M. 2006: 132)

que nos corresponde. Ello restringe injustamente el uso de dichos recursos y espacio en las sociedades pobres que son, sin embargo, quienes más sufren las consecuencias negativas del impacto ambiental del consumo mundial. Esta asimetría en la distribución de los bienes y riesgos ecológicos no se aprecia únicamente en las relaciones Norte-Sur, sino que se produce también en relación con los socialmente excluidos dentro de los países industrializados. El consumo debe ser, pues, puesto en relación con la pobreza y la necesaria redistribución de recursos: ha de contribuir a la disminución del ritmo al que la deuda ecológica del Norte hacia el Sur sigue creciendo de manera alarmante.

Esta idea está presente en el concepto de ciudadanía ecológica. La ciudadanía ecológica ha sido objeto de estudio por parte de los teóricos verdes desde la década de los noventa⁸, coincidiendo con el auge del debate en torno al concepto de ciudadanía. En términos generales, la ciudadanía ecológica se asocia con la asunción de responsabilidades y el cumplimiento de deberes –tanto en la esfera pública como en la esfera privada- encaminados a disminuir las consecuencias que las actividades diarias de producción y reproducción tienen sobre el medio ambiente. En tanto que el impacto de nuestros actos repercute, además de en la naturaleza, en otros seres humanos miembros de otras sociedades y generaciones futuras, las obligaciones de la ciudadanía ecológica –que no son territoriales ni contractuales- están encaminadas a promover tanto la sostenibilidad ambiental, como la justicia (Dobson, A. 2003; 2005; 2006). La ciudadanía ecológica puede ser articulada de diversos modos, siendo el consumo sostenible una de las formas que puede adoptar. Concebir la ciudadanía ecológica en términos de consumo sostenible exige a los ciudadanos tomar decisiones políticas y medioambientales en sus actos de consumo para reducir el impacto de la propia huella ecológica. Incide, pues, en la modificación de las pautas de consumo y estilos de vida de la ciudadanía, y en la relación que se establece entre estos y la sostenibilidad ambiental (Seyfang, G. 2005: 292).

En esta sección, me gustaría, usando los argumentos expuestos en el apartado anterior, intentar, si no dar respuesta, al menos plantear las siguientes preguntas: ¿En qué medida ayudan a avanzar hacia la sostenibilidad las estrategias que ponen el énfasis en el consumo sostenible como dimensión de la ciudadanía? ¿Cómo afecta a la articulación de la ciudadanía ecológica su puesta en relación con el concepto de

⁸ Véanse, entre otros: Christoff, P. 1996; Dobson, A. 2003; Dobson, A. y Valencia Sáiz, A. (eds): 2005; Barry, J. 1999, 2002; Smith, M. 1998; Dean, H. 2001; Jelin, E. 2000.

consumo sostenible? Para intentar dar respuesta a estos interrogantes, es necesario introducir en el presente debate los rasgos definitorios del concepto sostenible.

El término “consumo sostenible” se popularizó en la década de los noventa. En la actualidad, este concepto es utilizado tanto por los partidos políticos y organizaciones internacionales, como por los grupos ecologistas y otros sectores de la sociedad civil. De manera análoga a lo ocurrido con el término “desarrollo sostenible”, la noción de consumo sostenible es usada con matices distintos, careciendo de una definición unívoca. Mientras que el desarrollo sostenible suele asociarse al impacto causado por los procesos de producción, el consumo sostenible incide en la demanda, en las posibilidades de elección de los consumidores (McGregor, Sue 2002: 3).

En 1998, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo dedicó su informe anual al “Consumo para el Desarrollo Humano” (UNHDR 1998). El documento identifica la existencia de un modelo global de consumo insostenible para el desarrollo humano, basado en una tecnología de la producción contaminante. La conclusión de los autores se basa en la necesidad de que se introduzcan transformaciones en las pautas de consumo mundial, que, según el informe debe ser: compartido –asegurando las necesidades básicas de todos; fortalecedor de las capacidades humanas; socialmente responsable, de modo que el consumo de unos no comprometa el bienestar de otros; y sostenible, sin que ponga en peligro las opciones disponibles para las generaciones futuras (UNHDR 1998: 1). De este modo, el consumo sostenible es definido en relación con la consecución de un doble objetivo: por una parte, la modificación de los hábitos de consumo existentes en el Norte, y, por otra, la provisión de las necesidades básicas de las personas socialmente excluidas, tanto en los países más desarrollados como en las sociedades con menos recursos (Carter, N. 2001: 205).

Durante su desarrollo inicial, a raíz de la Agenda 21 adoptada en la Cumbre de Río en 1992, las medidas para lograr el consumo sostenible se referían tanto al uso de mecanismos del mercado como a medidas sociales y económicas más transformadoras, reflejando así las distintas concepciones implícitas en el propio concepto de consumo sostenible. Como argumenta Gill Seyfang, con el paso del tiempo las ideas que propugnaban cambios más radicales fueron excluidas en beneficio de soluciones como la industria verde y ética o la producción limpia, de mayor aceptación social. Esta perspectiva liberal, basada en el sistema de mercado, ha sido ampliamente adoptada por los gobiernos, con lo que se ha convertido el modelo dominante de consumo sostenible. De este modo, el consumismo verde y ético se ha convertido en la principal herramienta

para la transformación de los mercados (Seyfang, G. 2005: 293-294) y se ha impuesto, erróneamente, como única definición de consumo sostenible. No obstante, existen varios factores que influyen en la escasa efectividad del consumo sostenible concebido de este modo, tanto en lo referido a la construcción de sociedades sostenibles y justas, como en relación con la promoción de la ciudadanía ecológica a través del consumo.

Para empezar, la aceptación acrítica del consumismo verde puede conducirnos a sumir que se trata del modelo adecuado de consumo para cualquier situación. Pero es necesario tener en cuenta que, en ocasiones, aquello que es percibido como consumo sostenible desde nuestra perspectiva occidental, puede ocasionar graves injusticias en otras sociedades (Carter, N. 2001: 206). De este modo, la ciudadanía ecológica ejercida a través del consumo sostenible puede, contrariamente a sus objetivos, resultar en la intensificación de las desigualdades y en la injusticia global.

En segundo lugar, la concepción dominante de consumo sostenible presupone que la sostenibilidad puede lograrse a través de la suma de actos individuales. Cuando es puesta en relación con la ciudadanía, esta concepción del consumo puede dar lugar a un enfoque de la ciudadanía ecológica basado en el cambio de estilo de vida y en la asunción de deberes privados, y en el que los ciudadanos son considerados los principales actores en el proceso de transformación social y ambiental. Así, la ciudadanía se ve instada a “abandonar la afluencia”, a modificar, entre otros, los hábitos personales de consumo, y a adoptar la regla de las tres “R”: reducir, reutilizar y reciclar. Cuando se enfatiza el peligro que el consumo representa para el medio ambiente y la autodisciplina se convierte en la principal virtud, los ciudadanos inconscientes e irresponsables –como aquellos que no observan la regla de las tres “R”- se convierten en los principales responsables de la crisis ecológica (MacGregor, S. 2005: 109 y 115)⁹. Una concepción de la ciudadanía ecológica y de la sostenibilidad como ésta puede hacer creer a la ciudadanía que, una vez cumplidos sus deberes personales de, por ejemplo, adquisición de productos ecológicos o de reciclaje, han satisfecho todas sus obligaciones ciudadanas. Es, asimismo, una estrategia engañosa, pues sugiere que algunos ciudadanos son agentes de insostenibilidad y de injusticia como consecuencia de sus pautas de consumo. Como señala Iris Marion Young, centrarnos en la responsabilidad individual en lugar de en la responsabilidad colectiva genera la emisión

⁹ Este enfoque individualista y moralista, basado en el cambio voluntario de conciencia y estilo de vida, y presente en el movimiento ecologista desde sus orígenes, ha sido criticado por autores como Robert Goodin (1992) y Douglas Torgerson (1999) entre otros.

de un mensaje equivocado, pues apunta a la ciudadanía en lugar de a “los complejos procesos estructurales que conectan a personas e instituciones en que se encuentran en posiciones sociales y geográficas muy diferentes (Young, I. M. 2003: 40).

Desde el punto de vista del ecologismo, esta responsabilidad individual a la que Young alude se traduce en la tendencia a la despolitización de las cuestiones ambientales, pues reduce la cuestión ecológica a un problema relacionado con ciertos estilos de vida de los miembros de algunas sociedades y sitúa la solución exclusivamente en el cambio de conciencia, sin contextualizar esos estilos de vida dentro del tejido político, social y económico que los condiciona. Esta despolitización es lo que ocasiona que el consumo sostenible dominante sea una estrategia que los gobiernos pueden asumir fácilmente debido a que no es vista como una amenaza a la estabilidad política y económica. En este sentido, el potencial de la ciudadanía ecológica para llevar a cabo cambios estructurales más profundos puede ser neutralizado a través de medidas que, tanto por parte del Estado como de la industria, intentan promoverla identificándola con un determinado modelo de consumo o consumismo. Por otra parte, el individualismo asociado con el modelo dominante de consumo sostenible puede conducir a la despolitización de la noción de ciudadanía, que pierde así su dimensión colectiva y democrática, entendida como participación en la vida pública y en la toma de decisiones que afectan al conjunto de la comunidad. El consumo puede ser concebido como una dimensión de la ciudadanía, siempre y cuando la ciudadanía no se vea reducida a actos individuales de consumo, igual que no se puede ver reducida a la participación cada cuatro años en las elecciones. Ello supondría el empobrecimiento de las relaciones políticas, del papel de lo público y del significado de lo político. Por este motivo, la ciudadanía ecológica no puede verse exclusivamente identificada con actos de consumo individual, sino que ha de insertarse en un proyecto colectivo encaminado a producir las condiciones socioeconómicas y políticas necesarias para que los ciudadanos-consumidores podamos elegir actuar de manera sostenible. El hecho de que somos agentes de injusticia e insostenibilidad porque somos parte de un sistema con características estructurales injustas e insostenibles, no puede ser obviado si la ciudadanía ecológica aspira a ser algo más que una serie de deberes individuales y voluntarios destinados a modificar nuestras pautas de consumo. Por otra parte, los problemas ecológicos, como el cambio climático, tienen una dimensión global, así como las instituciones que, como la Organización Mundial del Comercio, imponen trabas a los gobiernos a la hora de importar productos de comercio justo o ecológicos.

Por tanto, se necesitan esfuerzos colectivos para vencer estos obstáculos (Seyfang, G. 2005: 297).

En tercer lugar, es menester tener en cuenta que los consumidores no son libres, por lo que si la ciudadanía ecológica se identifica con el modelo dominante de consumo sostenible, ello implicará que no siempre podremos elegir ser o actuar como ciudadanos ecológicos. Según Gill Seyfang, el modelo dominante de consumo sostenible asume el hecho de que los consumidores son conscientes de las consecuencias de sus hábitos de consumo en el medio ambiente y poseen la información y los recursos necesarios para actuar como ciudadanos ecológicos en sus actividades de consumo. No obstante, la autora señala que los consumidores no siempre pueden actuar según sus preferencias y valores ecológicos, por diversos motivos. Las pautas de consumo están condicionadas por factores como el mercado, los intereses de las empresas y los planes de desarrollo urbano¹⁰. Así, aunque la ciudadanía ecológica intente transformar el consumo a través de su participación en el sistema dominante, las decisiones que condicionan sus posibilidades de elección, y que repercuten en la perpetuación de determinados estilos de vida, se toman en esferas alejadas de la participación ciudadana (2005: 294-297). Además existen otros factores que impiden el ejercicio efectivo de la ciudadanía a través de los mecanismos dominantes de consumo sostenible, como son las cuestiones del tiempo, el elevado coste económico o la falta de información. El modo en que nuestras decisiones de consumo impactan sobre cuestiones ambientales y sociales exige la difusión entre la ciudadanía de una información que, en la actualidad, aún no está al alcance de todos. Ello exige un tipo de conocimiento y un discurso generalizado dentro del movimiento ecologista y en ciertos círculos afines, pero minoritario en un nivel social más amplio. En cualquier caso, los problemas no desaparecen aun en el caso de que se cuente con dicha información. Por otra parte, buscar y adquirir productos ecológicos exige invertir en ello una cantidad de tiempo y recursos económicos de los que gran parte de la ciudadanía no dispone, con lo que el modelo dominante de consumo sostenible aparece definido como una estrategia elitista y que fomenta la exclusión de ciertos grupos respecto del ejercicio de la ciudadanía ecológica a través del consumo.

¹⁰ En este sentido, Seyfang menciona el hecho de que ciertas demandas específicas de los consumidores no pueden ser satisfechas porque existen productos y servicios que la industria verde no ofrece. A modo de ejemplo, la autora señala que los consumidores pueden elegir una marca de lavadoras eco-eficiente, pero difícilmente podrán optar por el uso colectivo de la lavadora en común con el resto de sus vecinos (Seyfang, G. 2005: 297).

Por último, cabe preguntarnos en qué medida los actos de consumo individual y los cambios en el estilo de vida contribuyen a la sostenibilidad global. ¿Cuántos ciudadanos-consumidores ecológicos serían necesarios para que los actos individuales de consumo tuvieran un impacto significativo en la economía? Y, ¿hasta qué punto es relevante que aumente la oferta de productos ecológicos mientras el resto de productos no ecológicos se sigue ofertando? Desarrollar energías renovables y promover el consumo sostenible es positivo, pero mientras no intervengamos en el volumen total de producción y consumo, no avanzaremos hacia una solución satisfactoria de los problemas ambientales. Es necesario defender valores distintos (Dobson, A. 2000: 17). La sostenibilidad, y, por tanto, el tipo de consumo encaminado a lograrla, debe animar a la ciudadanía a consumir menos, en lugar de instarla a alterar el tipo de consumo. Si no se incide en el nivel de consumo, la ciudadanía se verá inclinada a pensar que contribuye a la solución de los problemas ambientales a través de la adquisición de ciertos productos ecológicos, mientras mantiene un estilo de vida basado en el consumismo elevado e innecesario (Carter, N. 2001: 216). Se producirá, de este modo, una identificación de la ciudadanía ecológica con el consumismo verde. Ello, a su vez, no hace sino reforzar el sistema capitalista que los verdes consideran, en gran medida, responsable de la destrucción ambiental¹¹. El sistema capitalista necesita para su propia supervivencia la creación constante de nuevos deseos y la continua expansión del consumo (MacLaughlin, A. 1993: 109; Riechmann, J. 2006. 78-79). La industria verde puede verse como un modo de crear deseos y, por tanto, un nuevo mercado¹².

Conclusión

Una lectura positiva de las distintas interpretaciones y puntos de vista analizados hasta ahora sugieren, en interés de la protección de la naturaleza, la conveniencia de

¹¹ A pesar de las actitudes ecológicas de la ciudadanía y de la mayor conciencia ambiental existente en las sociedades occidentales, la organización capitalista de la economía es vista por algunos autores como la causa de que aún nos encontramos alejados del camino hacia la sostenibilidad ambiental (Riechmann, J. 2006; MacLaughlin, A. 2003). De este modo, el consumo sostenible en su concepción dominante, resulta una herramienta insuficiente a efectos de influir en la sostenibilidad global por su incapacidad de afectar el sistema económico en conjunto. Desde esta óptica, para hacer frente al capitalismo, la solución, no es, pues, el mantenimiento de un nuevo tipo de mercado sino la disminución del consumo (Dobson, A. 2000: 131-132).

¹² Estos argumentos no son originales ni nuevos; desde la década de los setenta, algunos sectores del ecologismo, como la ecología social, la deep ecology o el ecosocialismo han denunciado los peligros del consumismo verde y advertido de la necesidad de sustituir el capitalismo desde la década de los setenta. Lo que espero haber podido mostrar en esta ponencia es cómo afecta la concepción dominante de consumo sostenible –y los valores que ésta implica, como el consumismo o el individualismo- a la noción de ciudadanía ecológica.

concebir el consumo como actividad propia de la ciudadanía. Desde el punto de vista del consumo verde, el vínculo aparece como deseable: las personas consideraremos en mayor medida adoptar hábitos de consumo sostenibles si los identificamos con nuestros deberes ciudadanos y con el bien común. Para avanzar esta idea, la clave se halla en enfatizar que el consumo refleja mucho más que las preferencias e intereses individuales de la ciudadanía; el consumo hace referencia a los valores que una determinada sociedad quiere proteger, ya sea el respeto hacia el mundo natural no humano, la justicia o incluso el anticonsumismo o el post-materialismo. Hemos visto cómo a través de ciertos hábitos de consumo la ciudadanía participa en un proceso de formación de su identidad colectiva como sociedad. Pero para ello, se suele argumentar que es menester insertar el consumo en un proyecto democrático deliberativo que permita el debate público sobre las preferencias individuales y sobre el bien común, posibilitando, de ese modo, la educación ciudadana en cuestiones relacionadas con el consumo y la sostenibilidad. Así, el consumo –y la discusión pública acerca del mismo- nos brindan una posibilidad alternativa de desarrollar, de manera responsable y ecológica, nuestra ciudadanía.

Sin embargo, la conexión entre ciudadanía ecológica y consumo sostenible puede ser interpretada de manera negativa, sobre la base de que no sólo es perjudicial para el concepto de ciudadanía ecológica, sino que obstaculiza el camino hacia la sostenibilidad¹³. El principal inconveniente que presenta del vínculo entre ciudadanía ecológica y consumo sostenible se refiere al riesgo de que tanto el ecologismo político como la ciudadanía ecológica se conviertan en los principales precursores de un nuevo tipo de consumismo, el consumismo verde, reforzando, así, una economía insostenible.

Sin embargo, no se trata de rechazar por completo la aproximación a la ciudadanía ecológica mediante las estrategias de consumo sostenible, pues en ellas se observan elementos positivos. Por ejemplo, puede contribuir a lograr que la ciudadanía trascienda el economicismo en las decisiones de consumo y empiece a pensar en términos del bien común. Asimismo, puede ayudarnos a desarrollar la perspectiva global de nuestra ciudadanía y el sentido de la responsabilidad por el impacto socioambiental de nuestros actos, aspectos estos fundamentales para la práctica de la ciudadanía ecológica y para la protección de la naturaleza. Además, si la actividad de consumo se lleva a cabo de una manera crítica, cuestionando la información ofrecida

¹³ Sue McGregor presenta una distinción entre los significados positivo y negativo de la asociación ciudadano-consumidor similar a la que quiero ilustrar en esta ponencia.

por las empresas de marketing verde y no dejándonos llevar por el consumismo verde, puede desembocar en la consolidación de una ciudadanía ecológica con una conciencia crítica y actitudes de respeto hacia la naturaleza. Ello no conduce por sí mismo a la sostenibilidad –es más, puede contribuir a reforzar el status quo- pero puede ser el primer paso, puede constituir la transición hacia la acción colectiva y hacia la definición de un modelo de ciudadanía que trascienda al individuo. Con independencia de que el consumo sostenible individual –entendido como superación del consumismo y no como consumismo verde- carezca de efectos significativos en la sostenibilidad global debido a factores institucionales, lo que estas conclusiones parecen indicar es que el modelo dominante de consumo sostenible podría ser “el primer paso de un viaje hacia una mayor educación y activismo sobre la en relación con la ciudadanía ecológica” (Seyfang, G. 2005: 298).

A modo de conclusión, sugeriré algunas propuestas que podrían constituir el punto de partida para superar los problemas inherentes a la concepción dominante de consumo sostenible, y, por tanto, posibles líneas de investigación que indicarían el camino a seguir en el futuro:

1. Es posible asociar la ciudadanía ecológica y el consumo sostenible, aunque para ello es necesario no identificar el ejercicio de la ciudadanía con, exclusivamente, la actividad de consumo.

2. El consumo sostenible y la ciudadanía ecológica han de ser insertados en un contexto; dicho contexto podría ser el diseño de un proyecto colectivo de transformación social.

3. ¿Cuáles podrían ser los objetivos de este proyecto?:

- Desarrollar un modelo de consumo alternativo (Seyfang, G. 2005) orientado a:

1. La disminución del consumo y de la propia huella ecológica, lo cual casa con las obligaciones de la ciudadanía ecológica aquí presentada;
2. Cuestionar el crecimiento económico;
3. La creación de una economía local, descentralizada, en la que se intente reducir la distancia entre la producción y el consumo;
4. Potenciar la “esfera informal de la economía” (Barry, J. 1999), fuera del ámbito del trabajo remunerado, hasta conseguir una mayor independencia respecto de la economía formal, para poder participar en las actividades propias de la esfera informal, cercanas a la autoprovisión.

- Democratizar todas las esferas de decisión, tanto los procesos políticos como los económicos, y el mundo de las relaciones laborales y sociales, para poder incidir, entre otros, en los procesos de producción y distribución.

- Erradicar las desigualdades y la jerarquía social. No todo el consumo es negativo. Por ejemplo, el consumo se refiere a la satisfacción de necesidades básicas, por lo que es una aspiración legítima de justicia para las sociedades y grupos más desfavorecidos. El consumo también denota el deseo de prosperar, de vivir una vida mejor (Barry, J. 1999: 182). Pero mientras existan “consumos posicionales” asociados a una determinada posición social, al consumismo y a la insostenibilidad, ciertos grupos tenderán a imitar dichos consumos de distinción como modo de adquirir prestigio social (Gracia, E. 2004: 226). Un modelo de sociedad en el que el consumo cumple objetivos distintos a la satisfacción de necesidades básicas, dificulta la toma de conciencia de la existencia de relaciones de insostenibilidad y dominación, que encierran las actividades de consumo y que son reproducidas con cada acto de consumo (McGregor, S. 2002). De ahí la necesidad de relaciones sociales más igualitarias.

Para que el consumo pueda contribuir a la sostenibilidad, el consumidor debe ser, en mayor o menor grado, productor, y participar en el proceso de decisión sobre qué se produce y cómo se distribuye. Sólo así concebido es posible y deseable relacionar el consumo con el ejercicio de la ciudadanía ecológica y con la democratización política y económica. El abandono del consumismo y la adopción de nuevas pautas y modelos de consumo no será posible sin el diseño de nuevos modelos de producción. Ello exige, a su vez, que la ciudadanía redefina el consumo y lo integre en el nuevo sistema de organización social y económica.

Bibliografía

- Arias Maldonado, Manuel (2006): “Izquierda verde y democracia deliberativa”, en Valencia Sáiz, Ángel (ed.): *La Izquierda Verde*. Barcelona: Icaria.
- Barry, John (1996): “Sustainability, Political Judgement and Citizenship: Connecting Green Politics and Democracy”, en Doherty, B. y de Geus, M. (eds.): *Democracy and Green Political Thought. Sustainability, Rights and Citizenship*. London: Routledge.
- Barry, John (1999): *Rethinking Green Politics*. London: Sage.
- Barry, John (2002): “Vulnerability and Virtue: Democracy, Dependency and Ecological Stewardship”, en Minter, B.A. y Taylor B. P. (eds.): *Democracy and the Claims of Nature*. Oxford: Rowman and Littlefield.
- Berglund, Christer y Matti, Simon (2006): “Citizen and Consumer: the Dual Role of Individuals in Environmental Policy”, en *Environmental Politics* Vol.15, No.4: 550-571.
- Carter, Neil (2001): *The Politics of the Environment. Ideas, Activism, Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Christoff, Peter (1996): “Ecological citizens and ecologically guided democracy”, en Doherty, B. y de Geus, M. (eds.): *Democracy and Green Political Thought. Sustainability, Rights and Citizenship*. London: Routledge.
- Dean, Hartley (2001): “Green Citizenship”, en *Social Policy and Administration* 35 (5): 490-505.
- Dobson, Andrew (2000): *Green Political Thought*. London: Routledge.
- Dobson, Andrew (2003): *Citizenship and the Environment*. Oxford: Oxford University Press.
- Dobson, Andrew (2005): “Ciudadanía ecológica”, en *Isegoría* n.32, p. 47-62.
- Dobson, Andrew (2006): “Citizenship”, en Dobson, A. y Eckersley, R. (eds.): *Political Theory and the Ecological Challenge*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dobson, Andrew y Bell, Derek (eds.) (2005): *Environmental Citizenship*. London: The MIT Press.
- Dobson, Andrew y Valencia Sáiz, Ángel (eds.) (2005): *Citizenship, Environment, Economy*. London: Routledge.
- Dryzek, John, S. (1994): “Ecology and Discursive Democracy: Beyond Liberal Capitalism and the Administrative State”, en Goodin, R. (ed.): *The Politics of the Environment*. Aldershot: Edward Elgar.

- Dryzek, John, S. (2000): *Deliberative Democracy and Beyond. Liberals, Critics, Contestations*. Oxford: Oxford University Press.
- Eckersley, Robyn (2000): “Deliberative Democracy, Ecological Representation and Risk: Towards a Democracy of the Affected”, en Saward, M. (ed.): *Democratic Innovation: Deliberation, Representation and Association*. London: Routledge.
- Eckersley, Robyn (2002): “Environmental Pragmatism, Ecocentrism, and Deliberative Democracy. Between Problem-Solving and Fundamental Critique”, en Minter, B. A. y Taylor B. P. (eds.): *Democracy and the Claims of Nature*. Oxford: Rowman and Littlefield.
- García, Ernest (2004): *Medio ambiente y sociedad. La civilización industrial y los límites del planeta*. Madrid: Alianza Editorial.
- Goodin, Robert (1992): *Green Political Theory*. Cambridge: Polity Press.
- Jacobs, Michael (1997): “Environmental Valuation: Deliberative Democracy and Public Decision-Making Institutions”, en Foster, J. (ed): *Valuing Nature*. London: Routledge.
- Jelin, Elizabeth (2000): “Towards a Global Environmental Citizenship?”, en *Citizenship Studies*, Vol. 4, No. 1.
- Keat, Russell (1994): “Citizens, Consumers and the Environment: Reflections on *The Economy of the Earth*”, en *Environmental Values* 3: 333-349.
- MacGregor, Sherilyn (2005): “No Sustainability without Justice: a Feminist Critique of Environmental Citizenship”, en Dobson, A. y Bell, D. (eds.): *Environmental Citizenship*. London: The MIT Press.
- McGregor, Sue (2002): “Consumer Citizenship: A Pathway to Sustainable Development?” Ponencia en la conferencia internacional “Developing Consumer Citizenship”, Hamar, Noruega, abril de 2004.
- McLaughlin, Andrew. (2003): “Industrialism and Deep Ecology”, en Kassiola, J.J. (ed): *Explorations in Environmental Political Theory. Thinking About What We Value*. London: M.E. Sharpe.
- Riechmann, Jorge (2006): “La crítica ecosocialista al capitalismo”, en Valencia Sáiz, A. (ed): *La izquierda verde*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Sagoff, Mark (1988): *The Economy of the Earth*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Seyfang, Gill (2005): “Shopping for Sustainability: can sustainable consumption promote ecological citizenship?”, en Dobson, A. y Valencia Sáiz, A. (eds.): *Citizenship, Environment, Economy*. London: Routledge.

- Smith, Graham (2003): *Deliberative Democracy and the Environment*. London: Routledge.
- Smith, Mark (1998): *Ecologism. Towards Ecological Citizenship*. Buckingham: Open University Press.
- Torgerson, Douglas (1999): *The Promise of Green Politics. Environmentalism and the Public Sphere*. Durham and London: Duke University Press.
- UNHDR-United Nations Human Development Report (1998): “Consumption for Human Development”
- Young, Iris Marion (2003): “From Guilt to Solidarity. Sweatshops and Political Responsibility”, en *Dissent*, vol.50, 2.