

**CUERPO**

CUERPO@DIAGONALPERIODICO.NET



Carro de combate

**CONSUMO** ENTREVISTA A NAZARET CASTRO Y LAURA VILLADIEGO

# “Es admisible todo lo que es legal, por inmoral que sea”

Hablamos con las autoras del libro ‘Carro de Combate’ (ed. Clave Intelectual), que nos plantean el consumo como un potente acto político.

Ana Álvarez / El Xemillero  
Madrid

Nazaret Castro (a la derecha en la foto) y Laura Villadiego (a la izquierda) nos plantean en el libro *Carro de Combate* el consumo como un acto político, y la necesidad de saber qué se compra y cuál es su origen para poder optar por alternativas éticas y conscientes. Para ellas la primera batalla es la de la información. Afirman que “si otro consumo es posible, otra economía es posible, y otro mundo es posible”.

**DIAGONAL:** En el libro hacéis un recorrido por la cadena de producción de veinte productos de uso masivo. ¿Habéis encontrado muchas dificultades para investigar?

**LAURA VILLADIEGO:** Generalmente suelen ser las empresas las que ponen más trabas a la hora de realizar las investigaciones. Es raro cuando contestan a las preguntas o

nos dejan entrar en sus instalaciones. A veces los gobiernos son también muy recelosos, especialmente cuando sus miembros son propietarios de empresas en el sector.

**NAZARET CASTRO:** Existen buenos informes bien documentados de organizaciones como Intermón-Oxfam, Observatorio de Multinacionales en América Latina (OMAL), o de la Campaña Ropa Limpia, etc. Gracias a la información que éstas y otras instituciones recopilan hemos podido realizar nuestra investigación. Creo que una de las líneas de presión política debería tender a obligar a las multinacionales y otros actores privados y públicos a colocar la información al servicio de la ciudadanía. Como consumidores, tenemos derecho a saber qué consumimos y en qué condiciones fue producido, transportado y distribuido.

**D.:** De dónde vienen los productos que consumimos, qué contienen los alimentos que compramos o cuáles

“ El problema es que generamos demasiados impactos innecesarios que ni siquiera aportan mejor calidad de vida ”

son sus impactos... ¿Hay un gran déficit de información?

**N.C.:** Nuestro proyecto surge, ante todo, de esa convicción. Creemos que una mayor información acerca de estos impactos sociales, ambientales y sobre la salud nos haría ir modificando nuestros hábitos de

consumo y, al mismo tiempo, presionar a nuestros gobernantes para que impongan límites claros a las multinacionales. Insisto en hablar de grandes corporaciones porque un puñado de grupos empresariales controlan toda la producción, y lo mismo cabe decir de la distribución. En muchos sectores, el mercado internacional es muy oligopólico, y eso crea las condiciones para el ascenso de un actor corporativo de influencia y poder crecientes al que sólo la presión ciudadana puede poner límites.

**D.:** Las etiquetas de los alimentos suelen ser difíciles de entender para el consumidor medio. ¿Qué oculta ese mal etiquetado?

**N.C.:** Existen precedentes en la Unión Europea en que el lobby de las empresas del sector agroalimentario ha frenado cambios legislativos que obligarían a un etiquetado más claro para el consumidor. Obviamente, las empresas no quieren decir en los envoltorios que sus productos resultan negativos para el medio ambiente y la salud. El problema de fondo es ético: es admisible todo lo que es legal, por inmoral que sea. La publicidad infantil es un claro ejemplo de ello.

**L.V.:** El etiquetado es una parte del marketing de un producto y el marketing está dirigido a venderlo, no a dar información útil sobre él.

**D.:** Una de las preguntas que muchas personas se hacen es si es posible vivir con “impacto cero” en la ciudad.

**L.V.:** No es posible vivir con daño cero en ningún lugar, ni en la ciudad ni en el campo. Necesitamos recursos para sobrevivir y cuando los utilizamos generamos un impacto. El problema actual es que generamos demasiados impactos innecesarios que ni siquiera nos aportan una mejor calidad de vida. Y además esos impactos están por encima de la capacidad de nuestro entorno para asimilarlos y regenerarse.

**N.C.:** Nosotras solemos insistir en que obsesionarse con el impacto cero y la coherencia absoluta sólo conduce a la frustración. En mi opinión, el consumo es un acto político en el sentido de que ayuda a que nos demos cuenta de nuestra complicidad, por acción u omisión, en este sistema económico capitalista. Conviene tener en cuenta esta perspectiva para no caer en la tentación de colocar la responsabilidad en los actos individuales. El consumo responsable en términos individuales no es un fin en sí mismo, sino un medio para ir alcanzando cambios políticos más generales y para ayudarnos a pensar otros mundos posibles que sustituyan la lógica de la competencia por diversas formas de colaboración y solidaridad; otros mundos que desperdicien menos y nos humanicen más.

**D.:** ¿Vivir de manera sostenible en el medio urbano es insostenible económicamente?

**L.V.:** No necesariamente. Vivir de forma sostenible incluye conceptos como reducir el consumo, reutilizar o compartir cosas con las personas de nuestra comunidad. Algunas cosas pueden ser más caras, pero a

## Investigaciones incómodas

En *Carro de Combate*, Nazaret Castro y Laura Villadiego ofrecen pautas y alternativas de consumo. El objetivo es poder rechazar productos fruto de la obsolescencia programada, de la manipulación genética y del abuso de personas, animales y medios naturales.

Su investigación la iniciaron en un blog homónimo, pero pronto dieron el salto al papel con su primer libro *Amarga dulzura*, que analizaba el sector del azúcar a nivel mundial.

Ahora se plantean continuar con sus investigaciones diseccionando sectores concretos que les parecen claves, como son el del aceite de palma, el papel o el plástico.

menudo también garantizan, por ejemplo, que durarán más y que, por tanto, no habrá que sustituirlas tan a menudo.

**N.C.:** Muchas veces, consumir más responsablemente es volver a los orígenes: volver a cocinar, comprar tomates, cebolla y ajo en lugar de comprar una pizza precongelada. Otras veces, es cierto que comprar productos de comercio justo, que minimizan el impacto social y ambiental, es más caro. Pero me quejo de que un vestido que me garantiza condiciones laborales justas me cuesta 50 euros y eso es demasiado, y después voy a las rebajas de Zara y me gasto los 50 euros en cinco vestidos que no necesito. Se trata de repensar el sistema y en cómo el capitalismo ha afectado a nuestras subjetividades.

**D.:** ¿Ha cambiado vuestra forma de vida con la realización del proyecto?

**L.V.:** Sin duda, este proyecto ha supuesto un gran cambio. Investigo lo que compro, evito ciertas marcas, intento reducir el consumo de plástico, compro en establecimientos pequeños y sobre todo entiendo el consumo de una forma muy diferente. Pero es un proceso que no termina nunca. Siempre se aprenden y descubren cosas nuevas y, a medida que se van adquiriendo nuevos hábitos, resulta más sencillo ir profundizando en este tipo de prácticas. No es cuestión de cambiarlo todo de un día para otro. Creo que cualquier persona que quiera emprender un cambio en su consumo debería partir de esta filosofía para evitar caer en la frustración.

**N.C.:** La información que hemos recopilado y los cambios que he aplicado en mi vida, sobre todo en la alimentación, me van haciendo entender que, en muchas ocasiones, minimizar el impacto ambiental y social de lo que consumo implica, también, mejorar mi calidad de vida. Por supuesto, me falta muchísimo por modificar. Y tampoco pretendo dar directrices a nadie. Lo único que sí creo que todos deberíamos hacer es informarnos bien para estar en condiciones de tomar mejores decisiones. Es lo mínimo que le debemos a un planeta que lleva años gritándonos que no soporta más la irracionalidad del capitalismo global.