

LOS BENEFICIOS EN LA ECONOMÍA DE MERCADO. LÍMITES, SOSTENIBILIDAD Y FUTURO

Ana Etchenique Calvo
Vicepresidenta de CECU

Carlos Martínez Ozcariz
Departamento Técnico de CECU

RESUMEN

Nos encontramos en un momento complicado, en el que el análisis de cualquier fenómeno o situación es complejo, dada la infinidad de factores interrelacionados que genera un mundo globalizado. Las esperanzas que habíamos depositado en el desarrollo no han logrado materializarse en una sociedad que vele por los derechos y aumente el bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

La irrupción de la actual crisis, mucho más prolongada que otras pasadas, y diferente por su carácter sistémico, ha puesto en evidencia la bondad del beneficio económico como fin y no como herramienta de progreso. Sincronizar la actuación de los diferentes actores -económicos y políticos- en un mismo escenario -el natural- se impone como tarea ineludible.

La responsabilidad de los consumidores puede ser y será el motor para ese cambio sistémico que tanto necesitamos, y que deberá recuperar la economía real para garantizar un futuro sostenible.

Hemos pasado, como consumidores, de exigir que no se nos engañe en las cantidades y calidades de los productos o servicios que adquiríamos a cuestionarnos su origen, a plantearnos nuestra relación con las cosas. De creer a pies juntillas las bondades que sugiere la publicidad de un producto a dudarle completamente. De ahorrar para comprarnos algo a endeudarnos para conseguirlo. En España, además, ésto ha ocurrido en un plazo de 30 años y hemos pasado de una sociedad llena de carencias a una sociedad que consume compulsivamente; una sociedad de nuevos ricos. Hemos cambiado casi todos nuestros hábitos y en plena euforia, ha caído del cielo una crisis completamente diferente y mucho más prolongada que las que habíamos conocido. ¿Qué ha pasado? ¿Qué herramientas tenemos?

En este momento es realmente complicado abordar cualquier asunto, por mucho que nos interese, dado que estamos en un momento crítico global; hay infinidad de factores interrelacionados.

Con la globalización, los sistemas y los nodos creados *ad hoc* por personas y colectivos se han enredado de tal manera, que no podemos aislar ningún lugar, ningún ámbito, ningún sector... Lo que parecía la culminación de las propuestas tras la II Guerra Mundial -Breton Woods, los objetivos de Naciones Unidas, trabajo por la paz, desarrollo del conocimiento- ha resultado absolutamente insuficiente. No hemos conseguido que la humanidad aproveche aquel momento cargado de posibilidades. La independencia de las colonias, los intercambios comerciales, los enclaves estratégicos, la reorganización tras una economía de guerra, la carta de Derechos Humanos tras el Holocausto, los derechos laborales, indígenas... ¿cumplieron nuestras expectativas?

¿Dónde hemos fallado? Parece evidente que el error ha estado en las democracias, en el mundo donde este sistema ha estado implantado, que en realidad son las que han liderado política y económicamente el devenir del planeta. Suponíamos que las ventajas de este sistema político eran la representación del pueblo y una legislación dentro del marco de una norma fundamental o constitución. Los diferentes gobiernos democráticos (no vamos ni a mencionar a los que no lo son) han olvidado sus obligaciones y responsabilidades con sus pueblos y también con los pueblos ligados a ellos por diversas formas de relación. Parece que es en las relaciones económicas globales (comercio, finanzas, mercados de materias primas) donde se nos han ido de las manos los objetivos y valores que definen una sociedad democrática. Es donde hemos decepcionado a tantas regiones y países y donde hemos devaluado el concepto de democracia.

Ni siquiera nos planteábamos si era deseable o posible en otros lugares lo que se iba logrando en derechos, bienestar y calidad de vida para “nuestros” ciudadanos. Se había puesto en marcha el engranaje que, por ejemplo, había incorporado a las mujeres al mercado laboral (con una altísima rentabilidad) y había que producir en grandes cantidades para hacer cada vez más rentables todos los procesos de producción. La publicidad trabajaba en formas cada vez más sofisticadas para llegar a los posibles compradores, no sólo anunciando el producto, sino creando la necesidad de pertenecer a un mundo mucho más bello y feliz. El urbanismo, el transporte, la energía... todo iba encaminado a este *mundo feliz* que se iba transformando en un gran mercado.

Al mismo tiempo, había que rebajar precios para que “todo el mundo” tuviera acceso a esos productos y así mantener la maquinaria en marcha. Todo a costa de personas y lugares *invisibles* para nosotros.

¿Estamos hablando de Economía?. La Real Academia la define como: (Del lat. *oekonomía*, y este del gr. *oikovoμία*).

1. Administración eficaz y razonable de los bienes.
2. Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo.
3. Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos.
4. Contención o adecuada distribución de recursos materiales o expresivos.
5. Ahorro de trabajo, tiempo o de otros bienes o servicios.

Realmente, *estamos hablando de política*. La economía es *una herramienta*. Si seguimos hablando de la economía como algo en lo que hay que basar una sociedad, no vamos a avanzar mucho; incluso vamos a seguir agravando los problemas.

Una parte muy importante en la economía de mercado es el concepto de beneficios. ¿Cuáles son los límites? ¿Los hay? ¿Hay responsables?

Hace unos años, escandalizada por las imágenes de un vertido de petróleo en el Amazonas, intervine en la Junta de Accionistas de una empresa petrolera. A lo largo del acto los responsables de la empresa proyectaron diapositivas y datos sobre su avance en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y en su compromiso con el Medio Ambiente. Era realmente loable e impresionante, pero unos días antes habían tardado una semana en cerrar las válvulas del sistema cuando tuvo lugar el vertido de 17 millones de galones de petróleo que afectó a más de 30.000 personas. Una importante cuenca del Amazonas se había quedado sin habitantes, sin fauna, sin flora y con un aire maloliente. Tardará cientos de años en recuperarse. Ancianos y bebés habían muerto en su migración a un lugar desconocido, dejando toda su historia y su vida detrás.

¿Qué tenía ese accidente que ver con los accionistas? Habían invertido, le habían dado su dinero a *alguien*, para que lo hiciera *crecer ¿a costa de lo que fuera?* El accionista debería ser consciente y responsable de su inversión. Necesitamos inversionistas responsables, con un sentido ético de la inversión. Que elijan bien dónde invierten.

Los ciudadanos deben hacerse preguntas como: “¿a dónde van mis ahorros?” Deben saber que sus decisiones serán como una apuesta por una política empresarial en la que, en el caso de la petrolera, no están contemplados como prioridad los sistemas de alerta y actuación. Se trata de una “cultura” empresarial y de sus países de origen, en la que el medio ambiente no preocupa mucho. Afortunadamente se empiezan a ver algunos cambios.

Estos cambios se deben, entre otros factores, a la información que llega a ciertos sectores más sensibilizados respecto al medio ambiente y a los derechos humanos. Estas personas y organizaciones, poco a poco van influyendo en los consumidores, que al dejar de ser simples compradores o clientes, harán la presión necesaria en dirección a un consumo responsable.

También hay profesionales dentro de las empresas que han logrado convencer a sus directivas de la necesidad de actuar de otra manera: pensando en la sostenibilidad medioambiental, social y económica. Las empresas que han empezado a trabajar en esta dirección ya ven los resultados. Son las que se han confundido, las que han creído que una publicidad falsa (greenwashing) o un lenguaje equívoco podían engañarnos, las que van a tener un corto recorrido.

Como consumidores/Grupo de Interés, nos hemos encontrado con departamentos de RSC o de medio ambiente en empresas cuyos responsables tienen una mejor formación y mayor sensibilidad medioambiental y social que, por ejemplo políticos que tienen la responsabilidad con las generaciones futuras. ¿La tienen? ¿Son conscientes de ello o también están en el corto plazo?

Es un hecho (que no una justificación) que una empresa que tiene que repartir beneficios periódicamente, aunque tenga conciencia de los impactos de su actividad en la naturaleza o en las personas, no puede tomar decisiones a largo plazo.

Esto nos lleva a otra reflexión: la de los “tiempos”: los tiempos de la naturaleza (capacidad de regeneración de ecosistemas, del mar, del aire...), los tiempos del ser humano (etapas de 15 años en que cambiamos de actividad, cambios sociales), los tiempos de la política (legislaturas de 4-5 años) y los tiempos de las empresas (planes anuales y reparto de dividendos ¡¡¡a veces mensuales!!!). Tenemos que sincronizar la actividad de estos actores que están en el mismo escenario (nuestro planeta azul -no tenemos otro-) y dejan un panorama sombrío en gran parte del planeta (los mares, por ejemplo, las zonas desertizadas que avanzan, etc.) y a las generaciones futuras.

La responsabilidad de los consumidores puede ser y será el motor para ese cambio sistémico que necesitamos urgentemente. Su formación e información son determinantes para dar más protagonismo a su rol en este proceso de cambio. Cuestionarse este rol es fundamental; mirar un poco más allá del precio, de la necesidad que tenemos de algo o su composición. Estamos hablando de la historia de las cosas, de dónde vienen, cuáles son sus materias primas, quién las ha elaborado y si su vida es parecida a la nuestra.

Si la globalización y el mercado iban a crear riqueza ¿cómo es posible que se pueda hablar de avances tecnológicos cuando una de cada ocho personas en el mundo pasa hambre? (925 millones según la FAO). ¿Cómo podemos hablar de avances para la salud cuando cada día mueren 800 mujeres por problemas en el embarazo o en el parto? ¿Cómo es posible que se desperdicie un 33% de la producción de alimentos y que no se haya investigado cómo encauzar ésto? ¿Podemos acostumbrarnos a que mueran más de 8.000 personas al día por enfermedades curables? ¿Podemos hacer algo para cambiar ésto?

Sí, rotundamente; como consumidores, con una información seria y reflexionando desde diferentes ámbitos, podemos votar y podemos dirigirnos a nuestros representantes políticos para proponer y apoyar leyes que corrijan estos datos y sancionen a quienes infrinjan estas leyes. Sobre todo, podemos elegir y decidir de qué comportamientos queremos ser cómplices. Necesitamos un etiquetado claro que nos informe sobre la calidad de los productos incluyendo impactos sociales y medioambientales. Es una de las posibilidades de la democracia.

Tenemos que recuperar la *economía real*. La que se basa en personas que investigan, que observan las necesidades reales de su entorno e invierten en soluciones reales y responsables. En el aprovechamiento de los recursos cercanos y sacar rendimiento a nuestras capacidades.

Como ejemplo cercano tenemos la *agricultura*. España es un lugar excepcional -no hay más que ver nuestra oferta gastronómica en cualquier región-, tenemos una riqueza y variedad de productos realmente importante. Esto va unido a nuestra geografía e interés histórico. El valor de estos recursos es incalculable y tenemos que invertir mucha energía y tiempo en analizar dónde está la verdadera calidad de lo que ofrecemos y lo que nosotros mismo disfrutamos. Tenemos la Dieta Mediterránea (declarada por la UNESCO como patrimonio intangible de la humanidad) que tenemos que potenciar y aportar el valor añadido de la agricultura ecológica. Esto revierte en la calidad de los suelos y del agua. Esta dieta debe ser de temporada y de cercanía para cumplir los requisitos de “ser saludable y sostenible”. Ello hace que las economías locales se apoyen unas en otras dándose mutuamente valor añadido, a la vez que se crea empleo y se articula el territorio. Un 2% de la superficie mundial dedicada a la producción ecológica está en España: 1.317.752 hectáreas; y de ahí se exporta un 89,2% a los países del norte de Europa por un valor de 454 millones de euros. ¿No estamos hablando de un futuro prometedor? Y hemos llegado a esto sin publicidad ni grandes inversiones en comunicación ni campañas. Es el resultado de un creciente interés por lo sostenible, lo ecológico y lo saludable. Es un recorrido hacia un novedoso concepto: *la soberanía alimentaria*.

¿Qué países se han desarrollado más? Los que tienen acceso a *recursos energéticos*. Importamos 52 millones de toneladas/año de petróleo, lo cual supone todo un entramado de negocios: inversores, prospección, extracción, refinado, brokers, transporte, divisas (hasta aquí, todos quieren un máximo de beneficios). A lo que hay que sumar el pago por emisiones de CO₂ en todo el proceso, más las emisiones en propio consumo. ¡Y todo esto con la *tranquilidad* que nos da saber que en nuestro país tenemos reservas para aguantar 92 días de consumo! ¿No es de simple lógica que el sol y el viento resultan MUCHO más baratos y seguros? España era líder en investigación, producción e instalación de equipos de producción eólica y fotovoltaica. ¿Cómo es posible que hayamos renunciado a ser líderes en este sector?

¿No es incomprensible que Alemania sea el primer productor mundial de *energía fotovoltaica*? La tecnología no sólo ha avanzado, sino que sigue haciéndolo día a día de manera que las instalaciones para autoconsumo pueden ser absolutamente asequibles y eficientes. La investigación, la fabricación de los elementos y la instalación y mantenimiento crearían muchísimos puestos de trabajo en lo que se llama “economía verde”. El problema es que *no hay una decisión política* que nos permita a los ciudadanos el acceso a fuentes de energía baratas. ¿No hay voluntad o no hay independencia suficiente frente a los Grupos de Presión o Lobbies interesados?

Pero esto tiene todavía un alcance aún más grave: en este momento de crisis, 2 millones de familias están padeciendo lo que llamamos *pobreza energética*. Antiguamente, en las casas había cocinas y estufas de leña o carbón. Ahora hay familias que no pueden encender la calefacción o usar agua caliente por el abusivo precio de la electricidad. ¿Es esto aceptable? ¿Los gobiernos no tienen que velar y proteger a los ciudadanos? ¿Qué está pasando? ¿Es fruto de decisiones económicas o políticas? ¿No podemos también buscar la *soberanía energética*?

Las organizaciones de consumidores tenemos que ser la correa de transmisión entre los ciudadanos y los proveedores, las organizaciones que trabajan en diferentes sectores, las organizaciones de otras regiones y la Administración. De esta manera podemos obtener la información necesaria para poder organizar y participar donde podamos influir por un mundo que queremos mejorar basándonos en los derechos y el bien común.

Decía John F. Kennedy, el 15 de marzo de 1962, ante el Congreso de los EE.UU.: “*Por definición, el término Consumidores, nos incluye a todos; se trata del grupo económico más amplio que afecta y es afectado por casi cada decisión económica pública o privada. No obstante, es el único grupo importante... cuyas opiniones casi nunca son escuchadas*”

Efectivamente, todos somos consumidores y podemos/debemos ser interlocutores con los demás actores que interactúan en todo el proceso de extracción o producción de cualquier cultivo que llega a nosotros. Pero sobre todo tenemos derechos que están contemplados y legislados. (<http://es.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights>)

Repasando los derechos se puede hacer una correlación entre los Derechos de los Consumidores y la relación de los mismos con la política y la economía: 1) *El derecho a la satisfacción de las necesidades básicas* busca unos mínimos que aseguren que nadie caiga en la exclusión. 2) *El derecho a la seguridad* obliga a procesos éticos y transparentes para todos. 3) *El derecho a ser informado* es el que realmente da el poder a los consumidores. 4) *El derecho a elegir* productos o servicios puede, debe y llegará a incidir en la demanda. 5) *El derecho a ser escuchados* y participar en las consultas y decisiones políticas. 6) *Derecho a la reparación* por demandas en los tribunales incluyendo la reparación e indemnización. 7) *El derecho a la educación como consumidores* y que cualquier ciudadano conozca sus derechos y los cauces para ejercerlos o demandarlos. 8) *El derecho a un entorno saludable* en la actualidad y para las generaciones futuras.

Si se conocieran y se cumplieran estos derechos, se evitarían las situaciones más graves de una crisis como la que estamos viviendo. Las personas, conscientes de estos derechos, no se habrían sobre endeudado. Leer la letra pequeña de los contratos o consultar a una asociación de consumidores reduce las posibilidades de un malentendido; los mecanismos para reclamar y las posibilidades de éxito aumentan, crean precedentes y son experiencias que sirven para los que más tarde se encuentran con el mismo problema.

Si las empresas hubieran escuchado a los consumidores, si hubieran dado prioridad a sus inquietudes y necesidades, en lugar de fomentar en ellos un consumo compulsivo y de baja calidad, no se habrían dado situaciones que han dejado en el imaginario colectivo casos durísimos de explotación. Por otro lado, se ha observado y se ha podido constatar qué políticas y qué relaciones entre personas o países han favorecido el desarrollo y la satisfacción de los implicados en las transacciones.

Las empresas olvidaron la existencia de los Derechos en su expansión mundial, con graves incumplimientos de Derechos Humanos, Laborales (trabajo infantil, salarios miserables, condiciones ambientales insalubres, horarios inhumanos) y Ecológicos (deforestación, contaminación de agua, emisiones tóxicas, uso de productos peligrosos).

Por otro lado, cada vez aumentaba más el número de cooperantes enviados por organizaciones con objetivos humanitarios a lugares remotos; y ha sido desde entonces cuando cada vez nos han llegado más noticias de lo que está ocurriendo en la actividad empresarial en esos lugares. Internet es una gran herramienta para la denuncia, pero también para las experiencias positivas y constructivas.

Esta situación llevó a Kofi Annan (Davos, enero de 1999) en el marco de Foro Económico Mundial, a proponer el *Pacto Mundial*, con el fin de integrar ética y valores en el comportamiento de las empresas. Se llamó la *Responsabilidad Social Corporativa*. En ese momento se abría una puerta

para trabajar sistémicamente: a cada uno de los actores que participan en cualquier apartado de la actividad de una empresa se le considera como un Grupo de Interés.

La RSC nos ha abierto a los consumidores las posibilidades de acción de una forma importante. También ha sido decisiva para que las empresas y los otros grupos de interés se apoyen en nosotros en ciertas ocasiones y, sobre todo, se nos incluya en encuentros junto a personas que nunca habían oído nuestras propuestas. Y hemos comprobado que se tenía una idea muy lejana a la realidad respecto a lo que es una organización de consumidores.

Nuestro concepto del nuevo ciudadano/consumidor nos ha llevado a trabajar con otras organizaciones en enfoques diversos que pueden enriquecer la visión del consumidor, facilitar el ejercicio de sus derechos y dar elementos de juicio para un consumo responsable, sostenible y transformador. *El trabajo en red y con redes* es una característica de estos nuevos tiempos y potencia los recursos de todos los participantes.

Con otras organizaciones creamos el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa (www.observatoriorsc.org) y empezamos a reivindicar el rol de los consumidores en su desarrollo. Publicamos en 2004 un primer estudio sobre “La opinión y valoración de los consumidores sobre la RSE” y lo hemos repetido cada dos años. Entrar en esta red nos ha dado una visión muy ajustada de qué empresas y cómo se van adaptando a estas nuevas lógicas y reglas éticas del juego. También se nos ha pedido apoyo para implementar y hacer un seguimiento de sus informes de progreso. Hay que reconocer el empeño y la determinación de los responsables de los Departamentos de RSC, cómo han ido reforzándose y ganando terreno ante la dirección de sus empresas, avanzando en criterios que pocos años atrás hubieran sido impensables en nuestro país.

Sabemos que la RSC es posible porque llevamos muchos años trabajando en colaboración con las redes de Comercio Justo y estamos en la Junta Directiva de la Asociación del Sello de Comercio Justo-FLO -Fairtrade Label Organization- (www.sellocomerciojusto.org). Hemos visto la capacidad de desarrollo de comunidades en Latinoamérica, Asia y África simplemente por tener compradores que han pagado un precio decente al margen de los mercados especulativos. Estas comunidades invierten sus ingresos en formación, becas, infraestructuras, rescate y mejora de métodos tradicionales de trabajo, energías limpias y baratas, etc. Se han logrado productos de primera calidad al poder tener un margen para la investigación y adaptación a sus compradores. Ha habido un avance importante al empezar a vender estos productos fuera de las tiendas especializadas y en cadenas de supermercados.

Porque estamos hablando de una nueva cultura que avanza lentamente, pero de forma segura. Otro indicador de este cambio que se precipita ante las circunstancias actuales (corrupción, sobre todo) es la creación de la Coalición Pro Acceso (www.proacceso.org) en la que 62 organizaciones reivindicamos la promulgación de una Ley de Acceso a la Información Pública. En este grupo de trabajo es donde mejor se constata la falta de voluntad política para dar a los ciudadanos el protagonismo que deben tener en una democracia y cómo nos ven, como *menores de edad*, incapaces para ejercer este derecho fundamental.

En la Alianza Contra la Pobreza (<http://www.rebelatecontralapobreza.org/>), compartimos las inquietudes de más de 60 plataformas, asociaciones y federaciones con un largo recorrido en paliar los efectos de la injusticia global. Con estas organizaciones hemos conocido de primera mano la realidad que viven las personas y comunidades pobres en España y en el mundo. Debatimos sobre cómo influir en políticas y en decisiones que ayuden a conseguir los Objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas; objetivos a veces incomprensiblemente “realistas” como conformarnos con que para 2015 se reduzca a la mitad el número de personas que viven con un dólar al día. Hemos denunciado la tolerancia respecto a los paraísos fiscales... Se trata de un espacio en el que personas extraordinarias trabajan para denunciar la injusticia global y sus dramáticos efectos.

El medio ambiente es la causa de muchos más problemas de lo que creemos: en la ciudad tenemos la contaminación acústica, la contaminación del aire (mueren 20.000 personas en España anualmente por enfermedades relacionadas con la calidad del aire), la contaminación de los suelos, entre otros. Por todo ésto respondimos al llamamiento para formar la Coalición Clima (www.caolicionclima.es). Entre ecologistas, sindicatos, ONG de desarrollo, Organizaciones científicas, Consumidores y Organizaciones sociales, sumamos 28 interlocutores con el empeño de profundizar en el Cambio Climático, sus causas y, sobre todo, cómo frenarlo e influir en la sociedad en general, y en los gobernantes en particular, para revertir la dirección que llevamos y la herencia que estamos dejando a las siguientes generaciones.

Otro de los grandes problemas medioambientales con el que las sociedades humanas “castigamos” a nuestro planeta es el drama oculto de los residuos. Todas las cosas que usamos a diario y que luego desechamos se hacen con materiales procedentes de la Tierra, en cuya producción y consumo se ha empleado, además, energía y agua. Lo que antes eran recursos naturales se convierten en residuos. Podemos caminar colectivamente hacia una solución a través de lo que llamamos la “ley de las cuatro erres”: *reducir, reutilizar, reparar y reciclar*. En línea con estas prácticas, colaboramos en “Retorna” (www.retorna.org), iniciativa sin ánimo de lucro integrada por la industria del reciclado, ONG ambientales, sindicatos y asociaciones de consumidores, que, dentro de su objetivo de Residuo Cero, trabaja para mejorar el sistema actual de recogida de residuos de envases, mediante la búsqueda de la implantación del llamado SDDR (Sistema de Depósito, Devolución y Retorno) de envases.

En Plataforma Rural (www.plataformarural.org) acercamos las visiones del mundo rural a las del mundo urbano. Una de nuestras conclusiones después de años en este grupo, es el desconocimiento que los habitantes de las ciudades tenemos sobre el mundo rural, sus características y su realidad social. Sobre todo es impactante el desconocimiento de las leyes y directivas europeas que son tan importantes en nuestra balanza comercial e influyen en los precios de los alimentos básicos. Con ellos hemos seguido de cerca la rápida evolución de las cooperativas de consumo de hortalizas y fruta por barrios que aumentan día a día en todo el territorio. Es uno de los fenómenos que tendrá un gran impacto en nuestros hábitos alimenticios y estilo de vida.

La alfabetización digital es una asignatura pendiente de nuestra sociedad para superar una enorme brecha digital, pero sobre todo porque es otro terreno más en que los ciudadanos, sobre todo los menores, están totalmente desprotegidos. Es totalmente diferente el desarrollo de un niño que ve la TV o utiliza las diferentes pantallas a su alcance con un criterio que el de aquel que lo hace de manera indiscriminada. Los diferentes gobiernos no han querido o no se ha atrevido a enfrentarse a los grandes medios para instaurar un Consejo Audiovisual de ámbito estatal para regular y dirimir las diversas situaciones que suceden. Con este fin nació el OCTA -Observatorio de Contenidos Televisivos y audiovisuales- (www.iniciativaocta.org) que organiza Jornadas de denuncia y propuestas para que las TV respeten, sobre todo, la franja horaria de súper protección infantil.

Se trata de otra forma de funcionar: en colaboración con otros grupos, contrastando permanentemente la información oficial y la oficiosa, tratando los temas con rigor y honestidad.

¿Si tuviéramos más recursos seríamos mejores en nuestro trabajo? Probablemente este sería más fácil, se presentaría mejor, lo haríamos con más calma, podríamos hacerlo entre más personas.

Lo que da calidad y coherencia a nuestro trabajo es la convicción en lo que hacemos y cómo lo tratamos. Lo que le da un estilo específico son las personas que lo realizan.

Esta forma de trabajar refuerza la teoría expuesta al principio de este texto: la economía, el reparto de los recursos disponibles, los presupuestos... son importantes, pero son una herramienta manejada por personas que trabajan para personas. Y es precisamente eso lo que tenemos que trasladar a cualquier tipo de trabajo.

En CECU pensamos y trabajamos porque creemos que si cada uno de nosotros ponemos nuestra gota de agua o nuestro grano de arena, lograremos cambiar el mundo.

Primero llegó aquel horrible olor. Algunos animales echaron a correr. En pocos segundos cundió el pánico y se empezó a oír la palabra más terrible que se pueda pronunciar en el bosque: FUEGO.

Todos los animales corrían en dirección al arroyo; en poquísimo tiempo estaban en la otra orilla mirando horrorizados cómo el fuego lo destruía todo. Ya anochecía y el fuego iluminaba sus caras de tristeza, miedo e impotencia.

La voz del oso se sobrepuso al siniestro ruido del fuego: -“¿Qué es éso?”. El elefante ya se había fijado en el minúsculo pajarito: -“¿No es Dukdukdiya, el colibrí?”

Los animales miraban atónitos: una y otra vez, entre el humo, las brasas y el calor, el pequeño colibrí bajaba volando hasta el río, cogía una gota de agua en su pico y se acercaba dejándola caer sobre el terrible fuego. Del agua al fuego, del agua al fuego...

Entonces la lechuza le preguntó: -“Dukdukdiya, ¿qué haces?”. Y el colibrí le contestó: -“¿Yo? Hago lo que puedo”

(Relato basado en una parábola del pueblo quechua de Ecuador. Dukdukdiya es una imitación del suave canto del colibrí que... a propósito... logró apagar el fuego).