

Dossier: «Responsabilitat social: un model de gestió inajornable» coordinat per August Corrons Giménez

LES CLAUS EN L'APLICACIÓ DELS INDICADORS DE QUALITAT DE VIDA

La sostenibilitat al llarg del cicle de vida dels productes

Montserrat Llobet i Abizanda

Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

RESUM Partim de la definició del concepte de *sostenibilitat* de l'*Informe Brundtland* (1988) per analitzar-ne els aspectes clau i observar l'essència de la naturalesa humana. Ens adonem que la manera de satisfer les necessitats de les persones és clau per optimitzar la qualitat de vida, integrar-nos de nou en la natura i assolir els disset objectius de desenvolupament sostenible (ODS). L'estratègia que cal seguir és la cooperació entre les parts interessades apropant els llocs de residència, treball i consum per poder disposar d'espais de trobada en la proximitat dels barris, però també dins de les empreses, de les administracions públiques i de les entitats no lucratives. Atès que es tracta de satisfer les necessitats humanes bàsiques en la societat de consum que hem construït, identifiquem els indicadors de qualitat de vida que ens permeten analitzar la sostenibilitat de les organitzacions i dels productes al llarg del seu cicle de vida. L'aplicació dels indicadors de qualitat de vida pot ser bàsica en les nostres decisions individuals i col·lectives de compra quotidiana, tant pública com privada, per prendre consciència i per fer camí, amb pas ferm, cap a la sostenibilitat. També ens serà de gran utilitat per dissenyar polítiques públiques sostenibles, incloses les de contractació pública.

PALAULES CLAU sostenibilitat; necessitats humanes; satisfactors sinèrgics; ODS; cooperació; proximitat; societat de consum; parts interessades; organitzacions; cicle de vida dels productes; indicadors de qualitat de vida; compra pública i privada; presa de consciència; polítiques públiques; aigua neta i sanejament; treball digne i creixement econòmic

KEYS IN THE APPLICATION OF QUALITY OF LIFE INDICATORS

Sustainability throughout the product's lifecycle

ABSTRACT We start with the Brundtland Report's (1988) definition of the concept of sustainability to analyze key aspects and look at the essence of human nature. We realize that the way to meet people's needs is key to optimizing their quality of life, integrating us back into nature and achieving the seventeen Sustainable Development Goals (SDG). The strategy that must be followed is the cooperation between the interested parties by bringing the places of residence, work and consumption closer to being able to have meeting spaces in the proximity of neighborhoods, but also within companies, public administrations and non-profit entities. Given that the purpose is to meet basic human needs in the consumer society we have built, we identify the quality of life indicators that allow us to analyze the sustainability of organizations and products throughout their lifecycle. The application of the quality of life indicators can be essential in our individual and collective decisions of everyday purchasing, both public and private, to raise awareness and to build a strong path towards sustainability. It will also help us design sustainable public policies, including public procurement.

KEYWORDS sustainability; human needs; synergistic satisfactors; SDG; cooperation; proximity; consumer society; stakeholders; organizations; product lifecycle; quality of life indicators; public and private procurement; awareness; public policies; clean water and sanitation; decent work and economic growth

Introducció

La definició de sostenibilitat de l'*Informe Brundtland*¹ és el nostre punt de partida: **satisfer les necessitats del present sense comprometre les de les generacions futures**. Aquí la paraula clau és *necessitats*. En la nostra societat postindustrial identifiquem un excés de necessitats perquè partim de les persones com a subjectes consumidors aliens als impactes socials i ambientals del cicle de vida dels productes que adquirim. Aquesta alienació implica que com més necessitats s'identifiquen més oportunitats de negoci es generen. En aquest sentit, el nostre referent en matèria de necessitats és la piràmide de Maslow (1943), que les classifica de manera jeràrquica en fisiològiques, de seguretat, d'amor o pertinença, de reconeixement i d'autorealització, sense anar a l'arrel de la naturalesa humana.

El gènere humà es diferencia de la resta d'animals per una mida molt més gran del cervell i pel fet de caminar dret sobre dues cames, la qual cosa li permet detectar si hi ha depredadors o enemics i tenir lliures els braços per llançar pedres o fer senyals. Com explica Yuval Noah Harari (2011), **la grandària superior del cervell humà** i el fet de caminar drets requereix uns malucs estrets i afavoreix els parts prematurs, quan el cervell i el cap del nadó encara són relativament petits i flexibles. El fet **que els nadons humans estiguin indefensos** i depenguin durant molts anys de persones adultes que els alimentin, els protegeixin i els eduquin **ha contribuït molt a que desenvolupin unes habilitats socials extraordinàries**.

1. Les necessitats humanes i els satisfactors sinèrgics

El llibre *A Theory of Human Need*, de Len Doyal i Ian Gough (1994), aclareix que **les necessitats més bàsiques que tenim les persones són la salut física i l'autonomia crítica**. És a dir, disposem d'un cos que necessita funcionar de manera saludable per relacionar-nos amb el nostre entorn social tot intercanviant punts de vista que ens ajudin a prendre les nostres millors decisions i a assumir les conseqüències que aquestes tinguin (Llobet, 2022).

Aquesta seria **l'essència de la naturalesa humana**, i l'any 2022 la neurociència (Castellanos, 2022) ho corrobora mostrant que no només prenem decisions amb el cap, sinó també amb el cos, perquè la memòria, l'atenció, l'estat d'ànim o les emocions depenen de qüestions com la postura corporal i els gestos facials, la microbiota intestinal i l'estómac, així com el patró complex de batecs cardíacs i la manera com respirem.

Tanmateix, des que vam començar a conrear la terra i a pasturar ramats, **les persones ens hem anat distanciant de la natura** com si no en forméssim part, quan els experts en aquest camp ens diuen que el nostre cervell i la nostra ment estan adaptats encara a una vida de caça i recol·lecció. Per fi podem llegir comentaris de neurociència com ara «la ciència i les humanitats poden i han de tornar a donar-se la mà»,² per evidenciar que aquest distanciament ens emmalalteix. En el mateix sentit, el *focusing*³ és una tècnica de psicologia humanista sistèmica⁴ que ens ajuda a interpretar el que ens diu el nostre cos per tornar a connectar amb la natura i trobar l'equilibri emocional que sustenta la nostra salut.

Atès que parlem de les necessitats que caracteritzen la naturalesa humana, la salut física i l'autonomia crítica són, i han estat sempre, les mateixes **necessitats humanes bàsiques** per a totes les persones independentment de la seva cultura, religió, el territori on hagin nascut, l'edat i el moment històric en què hagin viscut (Doyal i Gough, 1994). Es tracta de necessitats **forjades fa uns 70.000 anys, quan els nostres avantpassats havien de caçar i recol·lectar** per menjar i protegir-se, mentre que tan sols fa 12.000 anys que practiquem l'agricultura i el pasturatge, i 200 que hi ha persones oficinistes i treballadores urbanes (Harari, 2011).

Al llarg del temps, les persones hem trobat diferents maneres de satisfer les nostres necessitats humanes i unes són més efectives que d'altres en funció del satisfactor que s'utilitza. Manfred Max-Neef (1998) identifica cinc tipus de **satisfactors** o maneres de satisfer necessitats: destructors, pseudosatisfactors, inhibidors, singu-

1. Brundtland, presidenta de la World Commission on Environment and Development.

2. Comentari de Pablo d'Ors sobre el llibre *El espejo del cerebro* de Nazareth Castellanos (2021).

3. Maria del Mar Albajar, abadessa de Sant Benet de Montserrat, explica a la contraportada del diari *La Vanguardia*, del 10 de juliol de 2023, què és el *focusing*. Aquest monestir ha rebut l'aval de The International Focusing Institute, amb seu a Nova York, i serà la seu a Catalunya del primer centre internacionalment acreditat per impartir la formació completa en *focusing*.

4. Wikipedia ens diu que la psicologia sistèmica ha desenvolupat una postura sobre els problemes psicològics que li ha permès posicionar-se no només en la psicologia familiar, sinó en els diferents àmbits professionals de la psicologia (educativa, organitzacional, social comunitària, etc.).

lars i sinèrgics, i ens mostra que els **sinèrgics**, a més de satisfer una necessitat estimulen, la satisfacció d'altres necessitats, la qual cosa **ens permet optimitzar la nostra qualitat de vida** (Alguacil, 2000).

El desenvolupament de les habilitats socials ens ha portat a la **producció de béns** i a la **prestació de serveis** (per intentar satisfer necessitats) **que al llarg del seu cicle de vida generen impactes socials i ambientals**. Un exemple actual pot ser la necessitat de millorar la seguretat del nostre domicili perquè no hi entrin lladres. Hi ha diferents opcions per satisfer-la, i segurament la primera en què pensarem serà instal·lar una alarma, però aquesta només cobreix la necessitat de seguretat. En canvi, l'opció de conèixer el veïnat i d'establir-hi relacions de confiança i col·laboració, a més de reduir la inseguretat, contribueix a satisfer altres necessitats, com ara guanyar amistats, tenir el suport emocional davant de les adversitats, organitzar celebracions per gaudir-ne plegats, intercanviar béns o serveis sense cost econòmic i evitar l'ús d'aparells i d'instal·lacions que requereixen l'extracció de matèries primeres, la destrucció dels ecosistemes, una producció i una distribució en condicions laborals que avui dia no podem garantir que siguin dignes, i un impacte ambiental important al llarg del seu cicle de vida útil.

2. Els ODS i les parts interessades

La vida al nostre planeta està determinada per l'alimentació, i animals com els lleons o els taurons van arribar a la part alta de la piràmide alimentària evolucionant de manera molt gradual al llarg de milions d'anys. Tanmateix, en els darrers 100.000 anys, les persones, amb la nostra capacitat d'organitzar-nos socialment de manera complexa, hem pogut superar el màxim de 150 individus⁵ i hem acabat fundant organitzacions i ciutats de desenes de milers de persones i imperis que governen centenars de milions de persones, i ens hem col·locat al capdamunt de la cadena, quan fa relativament poc temps érem els éssers més desvalguts de la sabana. Ho hem fet amb tanta rapidesa que ni l'ecosistema ni nosaltres ens hi hem sabut adaptar (Harari, 2011). Ara ens lamentem del que considerem una emergència ecosocial i **redactem la llista dels disset objectius de desenvolupament sostenible (ODS)**.

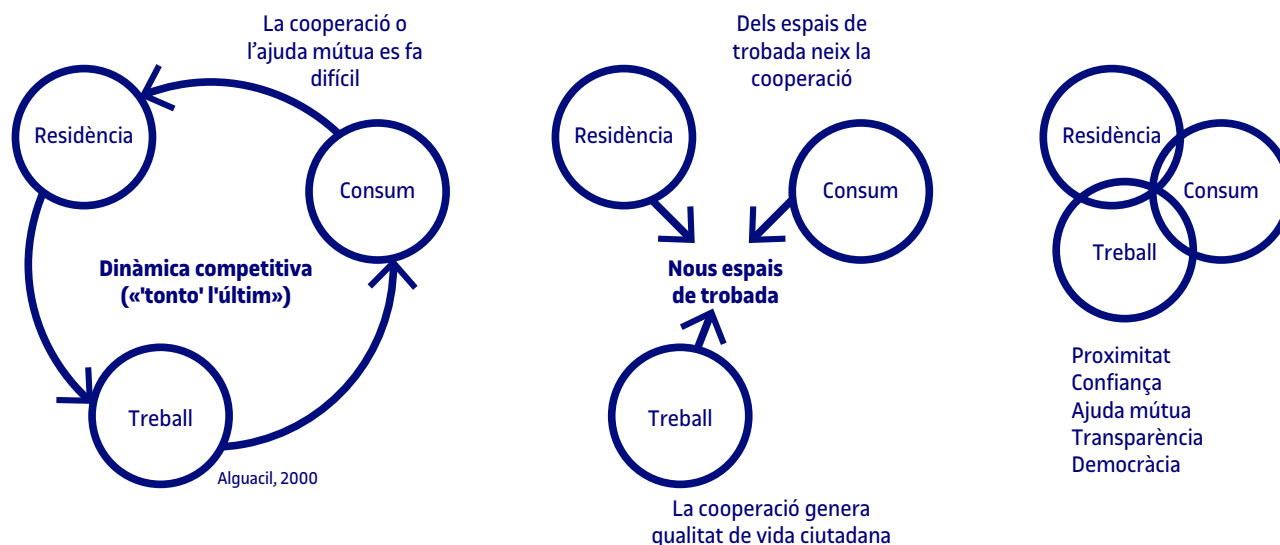
Les organitzacions públiques i privades que dominen la vida al planeta han dissenyat l'Agenda 2030 per assolir els ODS, que part de la humanitat rebutja perquè considera que atempta contra els seus drets. De fet, podem observar com **la majoria dels satisfactors que proposa l'Agenda 2030 no són sinèrgics**, perquè no tenen en compte la naturalesa humana forjada al llarg de centenars de milers d'anys, i **sovint es basen en les mateixes pors i angoixes** que provoquen la competitivitat i que ens han portat fins a la crisi ecosocial que patim. Com diu Harari (2011), comparant la majoria de grans depredadors del planeta a qui els milions d'anys de domini han omplert de majestuositat i de seguretat, el sapiens és més aviat com aquell dictador que actua de manera cruel i perillosa i provoca catàstrofes històriques, guerres devastadores i desastres ecològics.

Com que només la cooperació permet l'equilibri entre l'esfera individual i l'esfera col·lectiva en la presa de decisions, **es tracta de cooperar en comptes de competir**. És a dir, cap individu no ha de dominar un col·lectiu, ni cap col·lectiu no ha de dominar els individus, i per trobar l'equilibri ens cal interacció social. Per això, una organització no hauria de proclamar que té un propòsit tret que aquest sorgeixi de les persones que la integren, perquè si no, el propòsit de la direcció esdevé hipocresia, atès que la seva proclamació tan sols té les intencions comercials d'afavorir la reputació de l'empresa (Honeyman i Jana, 2014, 2019) i, en cap cas, fa que el seu personal se senti més realitzat. La paraula *propòsit* és molt atractiva, comercialment parlant, quan d'entrada és una missió individual, com explica Anita Moorjani (2013), per tal que altres persones no hagin de morir, com ella va fer per descobrir el seu propòsit en la vida.

Sobretot, en el context de la societat de consum, és important comprendre que les persones **necessitem que se'ns respecti el dret i la necessitat individual de relacionar-nos amb altres persones de manera comunitària**, perquè la globalització facilita mitjans de transport que escurcen les distàncies i separa geogràficament els llocs on es desenvolupen les funcions socials bàsiques de residència, treball i consum, per la qual cosa, la majoria de nosaltres utilitzem transport motoritzat per anar a treballar o a comprar, i així desapareixen els espais de trobada i els nostres barris es converteixen en ciutats dormitori on la gent no es coneix gaire o gens.

5. Investigacions sociològiques han demostrat que la grandària natural màxima d'un grup unit pel xafardeig és de cent cinquanta individus, que ni els homínids previs als sapiens, ni els ximpanzés, poden superar (Harari, 2011).

Figura 1. Diagrames de procés cap a la qualitat de vida⁶



Font: elaboració pròpia

Així, es fa molt difícil intercanviar punts de vista i reflexionar críticament per prendre les millors decisions individuals i col·lectives, que afecten la nostra qualitat de vida més del que ens pensem. És el que s'anomena individualisme i que un famós anunci d'una empresa de mobiliari i d'objectes per a la llar il·lustra amb una catifa per a l'entrada dels habitatges amb el missatge «Benvingut a la república independent de casa meva», com si estant bé a casa nostra res ja no ens hagués de preocupar; com si no tinguéssim necessitat d'estar en contacte amb la gent de l'escala, del barri, ni de la natura, d'on hem extret els mil i un objectes que tenim dins de casa, i sense ser conscients que han contaminat i que han estat produïts en condicions segurament precàries. És a dir, **no som conscients del cicle de vida dels productes que tenim a casa ni dels que hem llençat a les escombraries**.

Tomás García Perdiguero (2003) ens explicava que **fins als anys noranta les corporacions empresarials despertaven «fascinació»** entre la majoria de la població, però que es va arribar a **una acumulació de fets que va iniciar el «desencantament»** degut a les deslocalitzacions, les diferències nord-sud cada vegada més grans (Oliveres, 2004), la precarietat laboral, la inestabilitat i el gegantisme (Stahel, 2006), la crisi financera de finals dels noranta (amb la caiguda dels valors de les empreses tecnològiques, envoltades d'escàndols financers, preludi de l'esclat de la bombolla immobiliària del 2007) (Etxezarreta, 2008) i les campanyes de sensibilització i denúncia d'ONG com l'OIT (Organització Internacional del Treball) o Greenpeace. En aquell context, les corporacions van començar a fer llargues llistes **d'«stakeholders» prioritzats**, segons el que s'anomena la *materiality*, **per tenir ben atesos els grups d'interès que són clau en els seus negocis**, perquè poden posar en entredit la seva reputació. Ens referim especialment als prescriptors del seu producte, que els proporcionen el gruix de les vendes, i aquells col·lectius que cal tranquil·litzar amb mesures de responsabilitat social per evitar campanyes de protesta pels impactes socials o ambientals de la companyia. Així, **eviten parlar de parts interessades**, la qual cosa obligaria a tractar-les per igual, sense prioritats d'unes sobre les altres, perquè totes mereixen que la satisfacció de les seves necessitats humanes bàsiques siguin respectades.

Ara bé, si analitzem les organitzacions que conformen la societat de consum, tant si són empreses, administracions públiques o entitats no lucratives, veiem que **es poden distingir només quatre tipus de parts interessades**. Aquestes parts són, per grau d'interacció amb l'organització, en primer lloc, **les que hi treballen**, perquè hi interaccionen durant tota la jornada laboral; en segon lloc, **les que en són clients**, usuàries o beneficiàries, en funció del tipus d'organització que estiguem analitzant; en tercer lloc, **les proveïdores** de béns o serveis; i, en quart lloc, **el veïnat local i global del planeta**, que no interacciona amb l'organització però que està afectat pels impactes de les seves activitats.

6. En l'article «Cooperació de proximitat» (Llobet, 2017) s'explica amb més profunditat el procés que ens portaria cap a la qualitat de vida. En el següent enllaç, també es pot trobar la cançó d'El Sobrino del Diablo titulada *La sinia infernal*, en català, i *The Wheel*, en anglès, que ens descriu la vida quotidiana en la societat de consum: <https://citizensq.social/cooperacio-de-proximitat/>.

3. Els indicadors de qualitat de vida

Creuant les dimensions de la qualitat de vida i els seus components (Alguacil, 2000) amb les quatre parts interessades en la sostenibilitat de qualsevol organització, arribem als **indicadors de qualitat de vida** (Llobet, 2014), que ens permeten mesurar la sostenibilitat **de les organitzacions i dels productes al llarg del seu cicle de vida** de manera senzilla però fiable.

Taula 1. Parts interessades, dimensions, components i indicadors de la qualitat de vida

		Dimensions de la qualitat de vida		
		Qualitat ambiental Habitatge Barri o residència Ciutat o territori	Benestar Ocupació Salut Educació	Identitat cultural Temps de lleure Participació Xarxes socials
Parts interessades	Treball	Indicadors de l'àmbit del treball		
	Clients, usuàries o beneficiàries (consum)	Indicadors de l'àmbit de les persones i les organitzacions clientes, usuàries o beneficiàries		
	Proveïdores (consum)	Indicadors de l'àmbit dels proveïments		
	Veïnes locals-globals (veïnal)	Indicadors de l'àmbit de les persones afectades		

Font: Llobet, 2014

D'aquests **indicadors** de qualitat de vida en destaquen cinc **que ens informen de manera transversal sobre la contribució de qualsevol organització als ODS**. Ho fan tenint en compte les diverses maneres de satisfer les necessitats humanes bàsiques en la nostra societat de consum i atorgant la puntuació més alta als satisfactors sinèrgics. Quan les organitzacions presumeixen de polítiques de sostenibilitat basades en satisfactors que no són sinèrgics podem parlar de *greenwashing* o d'intent de neteja d'imatge.

3.1. Indicador d'estabilitat laboral

Aquest primer indicador és de l'àmbit del treball i obté **la màxima puntuació quan el seu satisfactor és l'autogestió**, ja que aquesta metodologia de treball atorga tota la confiança i, en conseqüència, tot el compromís de l'organització amb les seves persones treballadores perquè analitzin tota la informació sense confidencialitats i prenguin decisions sobre la seva continuïtat, o no, en el propi lloc de feina, sobre les condicions laborals i sobre la participació en les decisions operatives i estratègiques de l'organització.

Trobem **pràctiques d'autogestió en els moviments indígenes**, que és on més s'han conservat els satisfactors sinèrgics de necessitats humanes de la nostra etapa caçadora recol·lectora, i a les zones rurals d'**Europa** que a l'**edat mitjana** van quedar lliures amb la caiguda de l'Imperi Romà (Algarra, 2015). Els moviments llibertaris i anarquistes (Taibo, 2017) també es basen en l'autogestió, i els Pioners de Rochdale, a l'Anglaterra tèxtil del 1844, la van formalitzar amb la creació de **les primeres cooperatives** (Llobet, 2019).

Més recentment, **Frederic Laloux** (2015) **ens explica com s'organitzen centenars d'empreses arreu del món** per socialitzar el coneixement (Carbonell, 2007): les persones treballen segons models de governança autogestionats, la presa de decisions es fa a partir de demanar consell a totes les parts afectades i expertes en la matèria, tothom té accés a tota la informació de l'empresa, la resolució de conflictes s'aconsegueix amb l'acord entre les parts (i, si cal,

amb mediació) i l'assignació de funcions es fa mitjançant una carta de compromís. L'exemple de les 7.000 infermeres de Buurtzorg (Països Baixos), que amb el canvi de model treballen amb més motivació, han millorat la salut dels pacients i, al mateix temps, estalvien un 40 % en hores de cures, és il·lustratiu de la millora de l'eficiència que proporciona el treball autogestionat de milers de persones connectades que combina la presencialitat i la digitalització: la millor manera d'organitzar l'economia col·laborativa que reclama Joan Torrent (2020).

3.2. Indicador d'igualtat d'oportunitats

Aquest segon indicador també és de l'àmbit del treball i està format pels subindicadors de gènere, diversitat funcional i exclusió laboral. Amb tots tres subindicadors podem tenir una idea de si l'organització està integrada en la societat observant el **satisfactor sinèrgic d'aposta per les capacitats que tenen les dones, les persones amb certificat de discapacitat** i les que en el moment de ser contractades estan **en situació d'exclusió laboral**.

3.3. Indicador de petjada ecològica i social

El tercer és un indicador que tracta l'àmbit del treball i del consum. Ens informa d'un **satisfactor sinèrgic** al qual avui dia no donem prou importància i que, en canvi, és cabdal per a la qualitat de vida: la **proximitat física** des del nostre lloc de residència fins al centre de treball, de consum o social. A mesura que la distància per desplaçar-nos augmenta, i que cal utilitzar un transport motoritzat, se'ns dificulta la conciliació entre la vida laboral, personal, familiar i comunitària, i generem més impacte ambiental. Val a dir que aquest indicador valora el teletreball com a màxima proximitat física.

3.4. Indicador de ciutadania activa

El quart indicador pertany als tres àmbits (treball, consum i veïnat) perquè recull les activitats adreçades a totes les parts interessades i que l'organització duu a terme per reflexionar críticament sobre ella mateixa i sobre el sector d'activitat en què actua. La puntuació més alta del **satisfactor sinèrgic** d'aquest indicador estarà determinada pel **grau de reflexió crítica** que l'organització aconsegueixi i pel **nombre d'activitats que realitzi**.

3.5. Indicador de xarxes d'entitats

En el cinquè, i últim indicador, de l'àmbit de veïnat local o global, en el qual poden participar parts interessades d'altres àmbits, es tenen en compte **diversos indicadors sinèrgics** que permeten obtenir la màxima puntuació: en primer lloc, el nombre d'**entitats amb què es col·labora** per fer activitats de reflexió crítica sobre qualsevol sector d'activitat i, en segon lloc, **si s'ha formalitzat l'afiliació** a aquestes entitats, així com **el grau de participació**.

4. La sostenibilitat al llarg del cicle de vida dels productes

Com s'ha vist, aquests cinc indicadors permeten mesurar la sostenibilitat de les organitzacions mitjançant una metodologia científica que se sustenta principalment en la teoria de les necessitats humanes i els satisfactors sinèrgics de necessitats que optimitzen la qualitat de vida. Atès que les organitzacions ofereixen **productes, béns o serveis**, alguns dels quals són més sostenibles i altres que no ho són tant, **per mesurar-ne d'un en un la sostenibilitat caldrà completar-ne l'anàlisi amb indicadors específics**.

Pel que fa als béns, a més de tenir en compte els cinc **indicadors** esmentats, tant per a les empreses productores com per a les distribuïdores, caldria afegir-hi els específics de cada sector d'activitat i els següents, ordenats segons el cicle de vida del producte, que són **comuns a tots els sectors d'activitat**:

- **La vida útil del producte**, excepte en el cas dels aliments:⁷ allargar-la al màxim evitant l'obsolescència programada, tant si és per una qüestió estètica, per falta de qualitat, per programari intencionat o per qualsevol altre motiu.
- **La distància que recorren les matèries primeres o els productes ja elaborats**: el satisfactor de distància producte de proximitat és el més sinèrgic.
- Que tingui **segell ecològic** perquè no utilitza contaminants o, si n'utilitza, que siguin de baixa intensitat: sinèrgia en funció del grau d'exigència del segell.
- Si utilitza **envasos** que siguin **retornables**: són els més sinèrgics.
- **Etiquetatge en la llengua de més proximitat**: és la més sinèrgica.

Com exposa el primer indicador sobre la vida útil, el més urgent és **trencar la dinàmica d'un sol ús**. El *fast food* i la *fast fashion* en són exemples. Es prioritza la producció d'objectes nous perquè es valora la quantitat en comptes de la qualitat. Tota la publicitat comercial ens convida a viure el moment de manera trepidant, com si no hi hagués demà. Un anunci de compra a crèdit que deia «Ho penso, ho vull, ho tinc» és també exemple de la immediatesa que promou la societat de consum: com si haguéssim d'oblidar-nos d'una rutina que no ens satisfà i evadir-nos-en comprant.

Quan actualment ens afartem d'algun producte, com ara la xocolata o altres dolços, podem pensar en els caçadors i els recol·lectors que quan trobaven fruita s'atipaven per no quedar-se'n sense. Però ells no ho feien per calmar pors o angoixes, només competien pel menjar amb els altres animals. Estant al capdamunt de la piràmide alimentària (Harari, 2011), **la competitivitat ja no ens és útil i l'hauríem de substituir per la competència**, perquè quan ets competent, normalment, ja no has de competir, i si aconseguim un planeta de persones competents ens haurem humanitzat (Carbonell, 2003).

El primer intent d'humanització del comerç internacional⁸ el trobem a les normes del Llibre del Consolat de Mar (segle XIII), que, per exemple, com ens explica el seu cònsol major, Jordi Domingo, prohibia abandonar en un racó o llançar per la borda els mariners malalts, protegint-los amb el dret a cobrar la totalitat del sou, ésser acompanyats fins al port més proper i, en cas de mort, que la totalitat del seu sou el cobrés la vídua. Tanmateix, ni aquesta ni altres normes no han pogut evitar la precarietat laboral en la societat de consum, on les persones sovint són tractades com objectes d'un sol ús.

Per tant, amb treball digne, i això vol dir també estable, hem de dissenyar i produir objectes que ens siguin realment útils, de llarga vida i que si se'ns espatllen es puguin reparar. **Tant se val si es tracta d'unes tisoires, d'una peça de roba,⁹ d'una bombeta,¹⁰ d'un mòbil, d'un cotxe o d'un habitatge.¹¹** No ens ha de persuadir que el preu sigui econòmic, ni que es tracti de l'últim model de moda. **Hem de canviar el xip per tal que el principal criteri sigui la durabilitat.**

L'any 1995, Perich ja il·lustrava situacions d'obsolescència programada amb un dibuix on una persona que havia de reparar una nevera deia «La nevera està de conya...! Només falla l'endoll...», i el propietari li responia «Canvii l'endoll...», a la qual cosa el tècnic contestava «Ja no es fabriquen aquests endolls...», i l'altre deia «Llavors?», i el tècnic replicava «Haurà de canviar la nevera!», amb la qual cosa el propietari exclamava «Fins quan, consumisme, abusaràs de la nostra paciència?». Avui dia podríem extrapolar aquesta situació a qualsevol dispositiu mòbil.

En el cas dels serveis, si per prestar-los es fan servir béns o animals,¹² caldrà veure quins indicadors s'apliquen en funció del sector d'activitat a què pertanyin. Si per prestar el servei no es fan servir béns, o no són significatius, **caldrà**

7. Proposta per fer més sostenible la compra d'aliments: <https://citizensq.social/compra-sostenible-aliments/>. En el sector de la carn, el més sinèrgic és apostar per la ramaderia extensiva de proximitat: <https://citizensq.social/incendis-i-ramaderia-extensiva-de-proximitat/>.

8. En el sector del comerç, la gran majoria de productes que hi trobem provenen d'altres països propers o més llunyans; a més, cal valorar si la recollida es fa en botigues properes al nostre domicili. Enllaç a una reflexió sobre producció i comerç: <https://citizensq.social/la-compra-sostenible-al-segle-xxi/>.

9. En el tèxtil, cal valorar si la roba és de segona mà. Enllaç amb proposta per fer més sostenible la compra de roba de vestir: <https://citizensq.social/fem-possible-limpossible-un-textil-sostenible/>.

10. En el sector energètic, hem de tenir en compte el tipus de font d'energia (Puig, 2023) i prioritzar les comunitats ciutadanes d'energia (Domènech, 2020). En el cas de l'energia elèctrica, cal que els aparells tinguin una vida útil el més llarga possible, com les bombetes sense obsolescència programada que promou Feniss.

11. En l'habitatge, cal veure si la propietat és en cessió d'ús, i si s'ha apostat per la rehabilitació en comptes de la nova construcció. El disseny per a un consum mínim d'energia també és molt important.

12. A les hípiques, cal tenir en compte quines característiques té l'espai que s'habilita per als cavalls. Enllaç amb reflexió sobre la qualitat de vida dels cavalls i de qui en té cura: <https://citizensq.social/opportunitats-de-negoci-sostenibles/>.

veure si amb els cinc indicadors d'empresa n'hi ha prou. Per exemple, en el cas de la prestació de serveis a la gent gran cal afegir l'indicador que mesuri si aquests faciliten a la persona interaccions socials de proximitat, que són fonamentals per a l'envelliment actiu i determinen la qualitat de vida.¹³

Conclusions

La societat de consum es mou per **la motivació individual de cobrar a final de cada mes.** Això **xoca amb la nostra naturalesa humana**, conformada bàsicament en la nostra etapa caçadora i recol·lectora, quan l'esperança de vida era molt més baixa, sense allò que avui anomenem *comoditats*, però com a individus integrats en la natura que ens ha creat i en equilibri amb les altres espècies. En conseqüència, sovint **ens sentim alienats, deprimits i estressats.**

El repte de la sostenibilitat, viure en equilibri amb les altres persones i amb el planeta, podem assolir-lo si som conscients de quines són les nostres necessitats i quins són els satisfactors sinèrgics que optimitzen la nostra qualitat de vida. **Mesurar la sostenibilitat d'empreses i de productes** amb els indicadors de qualitat de vida **ens pot fer conscients de l'impacte** social i ambiental de les nostres decisions de consum quotidianes a casa, a la feina i a les entitats amb les quals col·laborem.

Podem observar que la **proximitat física**, sobre la base d'aconseguir que la major part de les persones tornin a treballar i a consumir al seu barri de residència, **és un requisit bàsic de la sostenibilitat**, no tan sols **perquè evita desplaçaments** de persones i de productes, amb el consegüent impacte ambiental, sinó també perquè **permet espais de trobada** presencials ideals per establir relacions de confiança on intercanviar punts de vista sense por de ser atacades pels comportaments competitiu, normalment basats en les inseguretats personals.

A les inseguretats personals, que són més grans mentre no descobrim quin és el nostre propòsit vital i no ens hi puguem guanyar la vida portant-lo a terme, **se sumen les inseguretats d'espècie** de les quals ens parla Harari (2011): dubtem dels nostres objectius, estem insatsfets i no tenim ni idea de què hem de fer amb tot el poder que hem aconseguit en relativament tan poc temps que fa que ens hem situat al capdamunt de la piràmide alimentària.

Per afrontar el repte de la sostenibilitat, **el nostre principal actiu és, al mateix temps, la nostra necessitat bàsica d'autonomia crítica.** Només podem desenvolupar-la interaccionant amb els altres i acompanyant-nos mútuament en el procés de substitució de la globalització per la planetització, com Eudald Carbonell (2022) explica en el seu decàleg per a la supervivència de la nostra espècie: **la planetització ens ha de permetre recuperar la diversitat cultural** en la qual ciutats i territoris puguin mostrar la seva personalitat, la diversitat alimentària que ens proporciona més salut i mantenir o, fins i tot, recuperar, la biodiversitat del planeta i el respecte a les diferències racials, religioses, de gènere, d'orientació sexual, de diversitat funcional, de vulnerabilitat social, etc., tot aprenent i educant per a la sostenibilitat de la vida (Herrero, 2022).

Els indicadors de qualitat de vida són constants vitals per a tot tipus d'organitzacions de la nostra societat, tant si són empreses, administracions públiques o entitats no lucratives, i també ens permeten mesurar la sostenibilitat dels béns i dels serveis al llarg del seu cicle de vida. **Podem fer-los servir de guia tant per a les nostres decisions individuals de compra quotidiana com per a decisions col·lectives de compra pública i privada.** A més, la suma de constants vitals de totes les organitzacions d'un territori ens pot ser molt útil per **dissenyar polítiques públiques sostenibles.** Ara bé, perquè siguin realment sostenibles cal que es dissenyin conjuntament amb totes les parts interessades del territori.

Atès que només podrem avançar en matèria de sostenibilitat si aconseguim fer aliances entre diversos sectors d'activitat, i entre el sector públic i el privat, un altre gran repte que tenim és, **a més d'estendre entre les empreses els models de governança basats en l'autogestió, portar-los a tot el sector públic**, on encara són més necessaris per garantir serveis públics eficients i de qualitat.

Els ODS són bons desitjos per a la humanitat i per al planeta amb els quals totes les persones podem estar d'acord. Com que mesurar la sostenibilitat de manera completa és una tasca inabastable, **els indicadors de qualitat de vida ens permeten focalitzar allò que realment és rellevant per assolir els ODS.**

13. Enllaç amb reflexió sobre la qualitat de vida de la gent gran: <https://citizensq.social/la-qualitat-de-vida-de-la-gent-gran/>.

Referències bibliogràfiques

- ALGARRA BASCÓN, David (2015). *El comú català. La història dels que no surten a la història*. Barcelona: Potlatch.
- ALGUACIL, Julio (2000). *Calidad de vida y praxis urbana: nuevas iniciativas de gestión ciudadana en la periferia social de Madrid*. Madrid: CIS / Siglo XXI [en línia]. Disponible a: <http://habitat.aq.upm.es/cvpu/acvpu.pdf>
- ANÒNIM (s. XIII). *Llibre del Consolat de Mar*. Barcelona: Fundació Noguera
- BRUNDTLAND, Gro Harlem (1987) [1988]. *Nuestro futuro común*. Madrid: Alianza Editorial.
- CARBONELL, Eudald (2022). *El futur de la humanitat. Decàleg per a la supervivència de la nostra espècie*. Barcelona: Ara Llibres.
- CARBONELL, Eudald (2007). *El naixement d'una nova consciència*. Badalona: Ara llibres.
- CARBONELL, Eudald; BELLMUNT, Cinta (2003). *Els somnis de l'evolució*. Barcelona: La Magrana.
- CASTELLANOS, Nazareth (2022). *Neurociència del cuerpo. Cómo el organismo esculpe el cerebro*. Madrid: Editorial Kairos.
- DOMÈNECH, Gemma (2020, novembre). «Emergència climàtica, nou model energètic i economia col·laborativa: cap a les comunitats ciutadanes d'energia?» *Oikonomics*. núm. 14. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n14.2016>
- DOYAL, Len; GOUGH, Ian (1994). *Teoría de las necesidades humanas*. Madrid: Icaria/FUHEM.
- ETXEZARRETA, Miren (2008). Conferència titulada «Boom, crisi immobiliària i capital financer», el 22 de gener de 2008 a la seu d'EcoConcern - Innovació social, a Barcelona.
- HARARI, Yuval (2011). *Sàpiens. Una breu història de la humanitat*. Barcelona: Edicions 62.
- HERRERO, Yayo (2022). *Educación para la sostenibilidad de la vida. Una mirada ecofeminista a la educación*. Barcelona: Octaedro.
- HONEYMAN, Ryan; JANA, Tiffany (2014, 2019). *The B Corp Handbook*. Barcelona: Centro de Libros PAFF.
- LALOUX, Frederic (2015). *Reinventar las organizaciones*. Barcelona: Arpa.
- LLOBET, Montserrat (2022). *Cooperativisme i economia col·laborativa*. Barcelona: UOC.
- LLOBET, Montserrat (2019). «La responsabilitat social a les empreses d'economia social». A: Eloi Serrano Robles (coord.). *Introducció a l'economia i l'empresa social*. Barcelona: Icaria.
- LLOBET, Montserrat (2017, juliol). «Cooperació de proximitat». *Cooperació Catalana*, núm. 411, pàg. 18-19. Barcelona: Fundació Roca Galès.
- LLOBET, Montserrat (2014). *¿Qué es la responsabilidad social de las organizaciones? ¿Cómo se mide?* Saarbrücken: Dictus Publishing.
- MASLOW, Abraham (1943). «A Theory of Human Motivation». *Psychological Review*, vol. 50, núm. 4, pàg. 370-396. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- MAX-NEEF, Manfred A. (1998). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona: Icaria Editorial.
- MOORJANI, Anita (2013). *Morir para ser yo*. Madrid: Gaia.
- OLIVERES, Arcadi (2004). *Contra la fam i la guerra*. Barcelona/Manresa: Angle Editorial.
- PERDIGUERO, Tomás G. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.
- PERICH, Jaume (1995). *Así lo vió todo El Perich*. Barcelona: Ediciones B.
- PUIG, Josep (2023, 26 de juny). «Què és l'energia?... I per a què serveix?». *El 9 Nou. Monogràfic mensual sobre La transició energètica* [en línia]. Disponible a: <https://el9nou.cat/osona-ripolles/general/que-es-lenergia/#>
- STAHEL, Andri W. (2006). «Economies locals a Catalunya». *Papers d'Innovació Social*, núm. 88. Barcelona: EcoConcern - Innovació social.
- TAIBO, Carlos (2017). *Libertari@s. Antología de anarquistas y afines para uso de las generaciones más jóvenes, y de las que no lo son tanto*. Madrid: Catarata.
- TORRENT, Joan (2020, novembre). «Economia col·laborativa: mites i realitats d'un concepte transformador». *Oikonomics*, núm. 14. Video webinar [en línia]. Disponible a: <https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/ca/numero14/video-destacat/jtorrent-lgaray.html>

Citació recomanada: LLOBET I ABIZANDA, Montserrat. «La sostenibilitat al llarg del cicle de vida dels productes». *Oikonomics* [en línia]. Novembre 2023, núm. 21. ISSN 2330-9546. DOI. <https://doi.org/10.7238/o.n21.2314>



Montserrat Llobet Abizanda

mllobetab@uoc.edu

Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

Creadora dels indicadors de qualitat de vida en què es basa la metodologia Citizens Q (ciutadania amb qualitat de vida) i, després de més de quinze anys de recerca, fundadora, l'any 2019, de l'Observatori de qualitat de vida, amb el propòsit de facilitar a les organitzacions el camí cap a la sostenibilitat gràcies a l'ús aquesta metodologia científica. Economista i doctora en Polítiques Públiques i Transformació Social (Universitat Autònoma de Barcelona, UAB) i postgrau en Gestió Ambiental de les Empreses (Universitat Politècnica de Catalunya, UPC). És professora universitària a la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) com a tutora de treballs de final de màster (TFM) i imparteix l'assignatura Cooperativisme i Economia Col·laborativa del màster en Sostenibilitat i Responsabilitat Social, dissenyada per ella. Ha estat professora de Responsabilitat Social Empresarial al grau d'Administració i Direcció d'Empreses i del postgrau d'Economia Social del TecnoCampus Mataró-Maresme (UPF). També ha estat professora de secundària en quatre centres educatius en les matèries d'economia, finances, màrqueting, seguretat en el treball i gestió de la qualitat, i tutora de pràctiques d'empresa. Té una dilatada experiència professional en diversos camps, la qual cosa li permet tenir una visió multisectorial molt rica del teixit empresarial, de l'administració pública i de les entitats no lucratives: petit comerç, comptabilitat, transport de productes químics, banca ètica, serveis a la infància i adolescència, a la gent gran i a les persones amb trastorns de salut mental, docència a secundària i a la universitat, economia social i solidària, consum agroecològic, habitatges d'ús turístic (HUT), tèxtil sostenible a Catalunya, comunitats energètiques i comunitats ciutadanes d'energia, col·lectius en situació de vulnerabilitat, contractació pública i altres.

Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 4.0 Internacional de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obres derivades sempre que reconegueu els crèdits de les obres (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa es pot consultar a <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ca>.



ODS Els indicadors de qualitat de vida ens aporten informació transversal sobre el grau d'assoliment de tots els 17 ODS. Tot i així podem destacar:

