

# EL CONSUMO RESPONSABLE

Guillermo Quirós Álvarez\*

## RESUMEN

*La necesidad de organizar la economía según la justicia, el respeto al ser humano y a los recursos naturales, ya no es una cuestión de opinión moral o política, es un imperativo que nos exige poner de nuestra parte. Esta posibilidad no deriva de derechos garantizados por la ley, sino de la voluntad de vivir de forma responsable en lo cotidiano. El consumidor es el último eslabón del sistema económico y como tal tiene la responsabilidad y el poder de cambiar el estado a que se nos induce por los medios de comunicación social.*

## PALABRAS CLAVE

- Consumismo
- Modelo económico
- Calidad de vida
- Solidaridad
- Globalización.

*Nuestra generación no se habrá lamentado tanto de los crímenes de los perversos, como del estremecedor silencio de los bondadosos.*

MARTIN LUTHER KING

Las manifestaciones de la crisis social y ambiental en el Planeta son evidentes: todos los días encontramos ejemplos a nuestro alrededor o en los medios de comunicación del injusto reparto de la riqueza y el aumento de la pobreza o de los efectos que el actual desarrollo insostenible tiene para la Naturaleza. Son innumerables los ejemplos que van desde los fenómenos migratorios, hasta la deforestación o desertización, pasando por la explotación laboral (sobre todo de mujeres y niños) o el efecto invernadero. Vivimos en una sociedad que favorece el consumismo: nos hemos convertido en la generación de usar y tirar. La publicidad nos bombardea con anuncios cuyo objetivo no es nuestro bienestar, si no hacernos engranajes de un sistema que reduce a las personas a consumidores sumisos. Este modelo económico de producción y consumo tiende cada vez más a su agotamiento: es insostenible.

Las instituciones tienen que cumplir su cometido y debemos exigirlo, pero tenemos a nuestra disposición medios de intervención que pueden tener una influencia directa sobre los centros de poder económico. Con nuestra forma de consumir podemos influir en la marcha de la economía y del mundo en forma directa. Un consumo consciente y responsable, orientado al fomento de actividades satisfactorias para la naturaleza y las personas, es un decisivo instrumento de presión frente al mercado.

\* Oceanógrafo y físico. Universidad San Juan de la Cruz.

Recibido:07/08/08 Aceptado:24/09/08



Si bien el concepto de Consumo Responsable es amplio, podemos entenderlo en tres elementos sustantivos:

1. **El Consumo Ético:** es aquel que se pregunta por las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado un producto o producido un servicio. Es una actitud diaria que consiste en elegir de manera meticulosa lo que compramos, sobre la base de dos criterios: la historia del producto y la conducta de la empresa productora, señalándole al sistema los métodos productivos que aprobamos y los que condenamos.

Se ejerce cuando se valoran las opciones como más justas, solidarias o ecológicas y se consume de acuerdo con esos valores y no solo en función del beneficio personal.

Desde el consumo ético hacemos especial énfasis en la austeridad como valor, como una forma consciente de vivir, dándole más importancia a otras actividades que al hecho de consumir y a la capacidad de distinguir entre necesidades reales e impuestas; organizándolas a nivel colectivo, garantizando a todas las personas la satisfacción de sus necesidades fundamentales con el menor despilfarro.

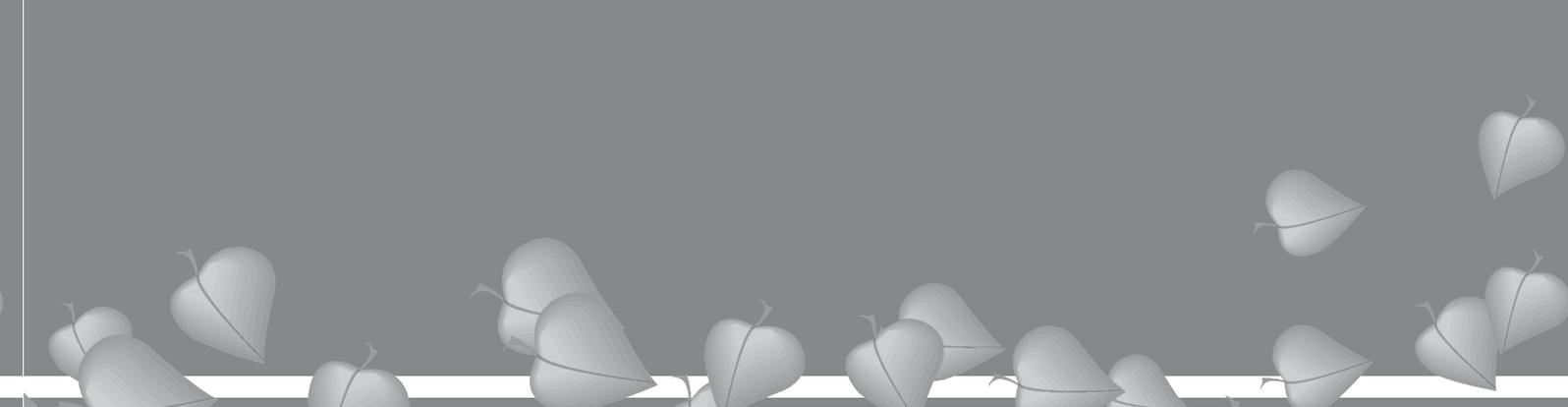
La incorporación de estos valores en nuestro consumo no disminuye el bienestar y la calidad de vida, todo lo contrario. Es signo de bienestar comer carne, pero deja de serlo cuando constatamos en muchos de nosotros altos niveles de colesterol, o comemos con tanta abundancia que son frecuentes los problemas de obesidad. Esto incluye todas las esferas de nuestra vida, nuestras opciones personales y, además, supone un esfuerzo, pero no es imposible. Un primer paso sería esa toma de conciencia en el ámbito personal; un segundo, compartir nuestras reflexiones para construir una conciencia colectiva.

Este tipo de consumo implica dos aspectos fundamentales: la búsqueda de información y la formación de un pensamiento crítico con la realidad que nos rodea, con los medios de comunicación y la publicidad, cuestionándonos qué hay detrás de cada cosa que consumimos y cuáles son sus consecuencias.

Si nuestro modelo de desarrollo no es ecológico y genera estructuras sociales injustas, no es posible que estimulemos esta situación. Se trata de cambiar nuestro hábito de consumismo, optando por un modelo de bienestar y felicidad no basado en la posesión de bienes materiales: no es más feliz el que más tiene, sino el que menos necesita. Es un cambio en nuestra escala de valores y en nuestras prioridades. Esto nos permitiría dedicar una mayor parte de nuestro presupuesto a comer de forma sana, disfrutar nuestro ocio de una manera más constructiva, reducir nuestro tiempo de trabajo e invertir en solidaridad y trabajo comunal.

El pequeño poder del consumidor puede ser muy eficaz. Hay que comenzar por la elección de nuestros alimentos, de nuestras





compras para la vivienda, de nuestros vestidos, del uso de nuestro dinero, del tipo de empaque que aceptamos o rechazamos. Lo que falta es desarrollar una conciencia crítica y solidaria acompañada de comportamientos más colectivos y políticos: cuando hacemos la compra no tenemos que dudar que somos poderosos y que las empresas están en una situación de profunda dependencia de nuestros comportamientos como consumidores.

2. **El Consumo Ecológico:** incluye las tres erres del movimiento ecologista: Reducir, Reutilizar y Reciclar, en el que también se incluyen elementos esenciales como la agricultura y la ganadería ecológicas, entre otras formas de producción alternativa.

Si echamos una mirada en el tiempo para ver cómo ha cambiado nuestra forma de producir y de consumir, veremos que las culturas tradicionales que identificaban a las personas con su entorno social y ecológico han ido desapareciendo. El valioso y sencillo modelo campesino, basado en una producción diversificada para el autoabastecimiento sin perjudicar al entorno, ha sido destruido.

A principios del siglo XX, se acentúa el desarrollo industrial en torno a las grandes ciudades y el abandono de los pueblos, pasando a depender cada vez más el medio rural de las ciudades y del capital. Las poblaciones humanas se concentran en grandes núcleos urbanos donde se pierde la relación con el medio físico y los recursos naturales. En los años 70 tiene lugar la llamada "revolución verde", concepto lanzado por el Banco Mundial como garantía de la seguridad alimentaria. Se basa en la mecanización y en la utilización de grandes cantidades de abonos artificiales y fitosanitarios en la industria agraria. Para adaptarse a estos cambios se necesitaba una gran inversión que

los pequeños propietarios no podían asumir, por lo cual comenzó a cambiar la estructura de la propiedad, concentrándose en menos manos y provocando éxodo en el campo y envejecimiento de la población rural. Este fenómeno se ve acentuado por las políticas derivadas de la inclusión de los estados en organismos financieros internacionales, que cambian la normativa sobre el uso de los recursos e incentivan a las grandes explotaciones agrícolas y ganaderas de carácter industrial, más rentables en términos económicos.

Los procesos de globalización económica están transformando la estructura socioeconómica del medio rural. La producción se desplaza a países con menos costo de producción y menos protección ante los crímenes ecológicos. Todo esto va encaminado a una producción destinada más al mercado que a las personas. El productor se convierte en cliente dependiente de las multinacionales agroquímicas (que le suministran semillas, fitosanitarios, combustible,...) y en proveedor de materia prima barata para la industria alimentaria y las grandes cadenas de alimentación.

Actualmente, se está imponiendo un modelo arrasador que provoca desaparición de culturas campesinas y ganaderas más integradas en el medio natural, despoblamiento del campo, destrucción de ecosistemas, pérdida de diversidad agrícola y biológica, contaminación y deterioro de la calidad y seguridad alimentaria. Paralelamente, nos imponen otros hábitos de consumo al incrementarse la producción de pocos tipos de alimentos, en detrimento de la producción tradicional de nuestra dieta.

3. **El Consumo Solidario:** se impulsa el comercio justo, considerando las relaciones sociales y condiciones laborales en las que



se ha elaborado un producto o producido un servicio. Se trata de pagar lo justo por el trabajo realizado. Se trata de eliminar la discriminación por causa del color de la piel, nacionalidad, género o religión; se trata de visualizar alternativas sociales de integración y de inducir un nuevo orden económico internacional.

A lo largo de la historia de la humanidad, el comercio ha jugado un papel importante en el intercambio de bienes, tecnología y modelos culturales, permitiendo un recíproco enriquecimiento. En la actualidad, el comercio está cada vez más subordinado y uniformado a las reglas del capitalismo. La producción destinada exclusivamente hacia la exportación está causando graves consecuencias para los pueblos. Entre otras, la



pérdida de autosuficiencia alimentaria, el saqueo permanente de los recursos naturales y la imposición de hábitos de consumo irracionales ajenos a la tradición cultural.

En este sentido, las multinacionales y el capital no dividen al mundo en Norte y Sur o entre las diferentes culturas, la auténtica división que plantean es entre quienes pueden comprar -que constituyen el mercado- y quienes no pueden hacerlo -que representan algo inútil que podemos desechar-. El interés de las multinacionales que controlan gran parte de la producción y del comercio internacional, no es generalizar el consumo y el bienestar a la humanidad, lo es reforzar los niveles de consumo entre los que tienen un nivel económico suficiente para gastar.

### Reglas de oro

1. Ser críticos con nuestro consumo y nuestra forma de vida, aplicando filtros tejidos con valores éticos.
2. Exigir información e informarnos acerca de las condiciones sociales y ambientales en las que un producto o un servicio ha sido elaborado, cómo ha llegado hasta nosotros y cuáles son sus consecuencias sobre el ambiente.
3. Reducir nuestro consumo, como opción ética y ecológica, optando por un modelo de bienestar y felicidad no basado en la posesión de bienes materiales.
4. Practicar un consumo respetuoso con la naturaleza, reduciendo, reutilizando y, por último, reciclando y consumiendo productos ecológicos y artesanos.
5. Practicar un consumo solidario y socialmente justo, respetuoso de las personas y las culturas, en el que no haya lugar para la discriminación ni la explotación.