



fuentes: ochavandofuentes.com



Cartilla N°

3

qué es el consumo responsable?

Dr. Pablo Guerra

Programa de:

 **KOLPING**
U R U G U A Y



Introducción

En varias ocasiones, cuando finalizamos nuestros cursos y charlas sobre economía solidaria y comercio justo, mucha gente me pregunta qué cosas concretas podría realizar para contribuir a la causa de la economía solidaria. La pregunta es inteligente: ciertamente no todos tienen posibilidad de producir solidariamente (muchos ya no están en edad activa, otros se encuentran empleados en condición de dependencia); otros no pueden ahorrar solidariamente (lo que ganan apenas les permite cubrir sus necesidades diarias); pocos tienen posibilidad de contribuir desde la fase de circulación para una mejor distribución de los ingresos. Por lo tanto solo nos queda el consumo. Y aquí sí que todas y todos podemos hacer cosas muy concretas.

Justamente el objetivo de esta cartilla es mostrar cómo el consumo responsable está al alcance de cada uno. Si pudiéramos comportarnos responsable y éticamente cada vez que consumimos, de seguro que el mensaje llegaría a los agentes productivos y comenzarían a cambiar muchas cosas. Por otro lado, nuestros emprendimientos de economía solidaria deberían incorporar esta visión a la hora de organizar su producción: consumo responsable, producción solidaria, comercio justo. Tres conceptos claves para comprender el proyecto de la socioeconomía solidaria.

.

La importancia del consumo en la economía



Quizá aún no tengamos debida conciencia de la enorme importancia que asume el consumo en el proceso económico. A diferencia de las otras etapas de la economía, nadie es ajeno a la necesidad de consumir. Desde este punto de vista la forma en que consumamos y los valores que pongamos en práctica a la hora del consumo serán de fundamental importancia para saber cómo estamos incidiendo en nuestros mercados. Dicen que una vez Bono (U2) expresó "con tu compra tú votas". Esto significa ni más ni menos, que cada vez que decidimos qué comprar, dónde comprar, cuándo comprar y bajo qué circunstancias hacerlo, estamos siendo verdaderos decisores acerca de qué modelo de desarrollo y qué economía estamos contribuyendo a construir.

Alguien me dirá: –estupendo Pablo, pero realmente crees que mis valores traducidos en la forma en que compro pueden ser fundamentales para orientar la economía?. Quisiera responder a ello con una fábula muy ilustrativa. Resulta que un monte comienza a incendiarse y los animales que allí habitan salen disparados. La excepción es un pequeño colibrí que desde la rama de un árbol lanzaba desde su piquito una delgada línea de agua hacia el suelo. Cada vez que escupía volaba hasta el arroyo para cargarse de agua y así se repetía la escena. Una nutria que corría para salvarse del fuego ve la operación del colibrí y detiene su marcha para preguntarle:

- Oye colibrí, ¿no te has enterado que hay fuego?
- Claro que sí querida nutria, justamente estoy tirando agua para apagarlo

– ¿Acaso crees que la poca agua que tú tiras será suficiente para apagar el fuego?

– Yo solo creo que estoy colaborando haciendo mi parte. ¿Tú me ayudas?

Dicen que a partir de este diálogo todos los animales comenzaron a organizarse para luchar contra el incendio. El secreto fue que todos se unieron para ir a buscar el agua y arrojarla contra el fuego.

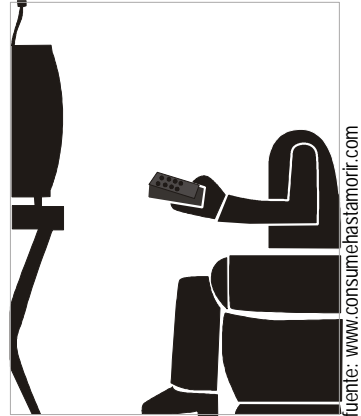
Esta historia podría replicarse a muchos asuntos relacionados al cambio socioeconómico. ¿Qué tal si todos hacemos nuestra parte para apagar el fuego? ¿Acaso no cambiaríamos las pautas de producción de determinada corporación si todos los consumidores comenzáramos a exigir ciertos estándares sociales y ecológicos?.

Pues bien, la primera conclusión a la que quisiéramos arribar es que mediante un consumo responsable, solidario y ético, podemos hacer mucho para orientar a la economía hacia modelos más justos, humanos y sustentables. Obviamente no todas las soluciones vendrán de la mano de un consumo responsable (determinadas estructuras sociales y económicas deberán cambiar para reducir los actuales impactos negativos. Ver Cartilla 2), pero aún así el consumidor, sobre todo cuando se organiza con otros, tiene un gran poder entre manos.

Lamentablemente la economía como ciencia le ha brindado muy poca importancia al consumo, incluso a pesar que desde una mirada humanista todo proceso económico debería apuntar a la satisfacción de las necesidades humanas mediante un consumo sano e integral. Más bien lo que ha ocurrido es que el consumo pasa a ser visto como un engranaje fundamental para expandir un modelo económico alienante y agresivo tanto social como

ambientalmente. Es así que pasamos de la lógica del consumo a la lógica del consumismo.

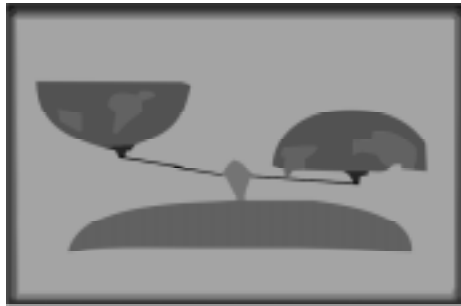
De esta manera se suceden las campañas publicitarias y las manipulaciones para que seamos parte de un mecanismo que solo busca el máximo lucro posible. Las personas en una



fuelle: www.consumehastamorir.com

sociedad consumista, parecen valer más por lo que tienen que por lo que son. La identidad parecería construirse mediante el acceso a los bienes que se publicitan como los de moda para un momento determinado. En definitiva, parecería ser que si no me comporto y consumo como los intereses de los poderosos quieren, entonces pierdo mi lugar en el mundo.

Además de alienante, este comportamiento no es sustentable en el tiempo. Es sabido, por ejemplo, que si todos quisiéramos comportarnos de acuerdo a la forma de vida consumista en los países ricos, entonces necesitaríamos otros tres planetas tierras para extraerle la energía que el modelo necesita.



fuelle: www.consumoresponsable.com

La realidad económica necesita un cambio

El consumo responsable es una vía

Ya dijimos que el modelo consumista no es sustentable desde el punto de vista ecológico. Digamos además que no es sustentable desde el punto de vista sociológico y económico:



- >> En el último cuarto del Siglo XX el número de pobres se duplicó en todo el mundo.
- >> 50 grandes corporaciones concentran más riqueza que el PIB de 150 países.
- >> Las 225 personas más ricas del mundo acumulan más dinero que el 50% de la población más pobre.
- >> En los años sesenta el 20% más rico acumulaba 30 veces más que el 20% más pobre. En los años noventa esa relación aumentó a 82 veces.
- >> La realidad económica necesita un cambio. El consumo responsable es una vía. Ya dijimos que el modelo consumista no es sustentable desde el punto de vista ecológico. Digamos además que no es sustentable desde el punto de vista sociológico y económico:
- >> 70 mil personas mueren por inadecuada alimentación por día .
- >> 828 millones de personas están desnutridas.

>> Los Estados Unidos de América son responsables por el 40% de las emisiones de CO2.

>> 250 millones de niños deben trabajar para sobrevivir.

>> 90% de los gases fluorados son expulsados por los países del Norte.

>> El 20% de la población (los más ricos) consumen el 80% de los recursos energéticos.

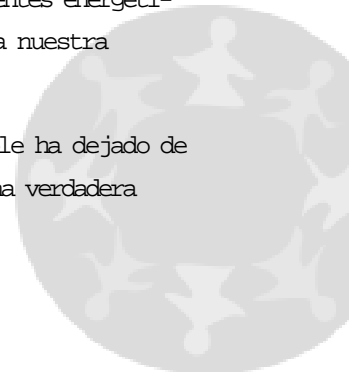


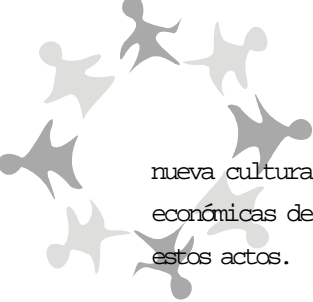
Estos y otros datos nos obligan a pensar en la necesidad de cambiar ciertas cosas. Creemos que el consumo responsable y el comercio justo son instrumentos adecuados para tener un modelo de desarrollo que sea más equitativo.

Qué es el consumo responsable

Es la incorporación de parámetros éticos, solidarios y ecológicos en los actos de consumo. Un consumo responsable se pregunta por las condiciones sociales y ecológicas con que se producen los bienes expuestos en el mercado y se inclina por alguno de ellos justamente luego de discernir en estos términos. El consumo responsable también se identifica con cierta cuota de austeridad, intentando reducir los niveles de consumo sobre todo de aquellos productos o servicios que incorporan fuentes energéticas no renovables o que no agregan demasiado a nuestra calidad de vida.

Desde este punto de vista el consumo responsable ha dejado de ser una simple práctica y se ha convertido en una verdadera





nueva cultura del consumo que intenta cambiar las pautas económicas desde el poder y la responsabilidad que implican estos actos.

Mientras tanto podemos definir a un consumidor responsable como una persona informada y consciente del poder que tiene el consumo para cambiar la realidad económica actuando en consecuencia. A continuación exponemos algunas acciones específicas que pueden realizarse desde esta óptica:

Basura:

- Evitar productos de "use y tire" así como productos que no se puedan reciclar
- Evitar los envoltorios innecesarios
- Evitar las bolsas de plástico
- Separar la basura y reutilizar la basura orgánica para compost
- Evitar artículos con pilas y baterías.



fuentes: www.consumehastaamorir.com

Energía:

- Apoyar energías limpias y renovables.
- Ahorrar energía (desenchufar los aparatos eléctricos; apagar las luces de los cuartos que no se utilizan).

Agua:

- No dejar abiertas las canillas inútilmente.
- Utilizar agua reciclada o de la lluvia para regar u otros usos domésticos.
- Usar cisternas con doble pulsador.

Papel:

- Evitar el despilfarro.
- Reciclar el papel y reutilizarlo en ambos lados para escribir.
- Apoyar producción papelera que maneje el concepto de bosques sustentables o que utilicen la tecnología libre de cloro.

Tóxicos:

- Consumir productos naturales y sin conservantes químicos.
- Evitar el uso de bandejas de corcho blanco.

Ropa:

- Evitar estampados que usan sustancias tóxicas.
- Incentivar el uso de tintas naturales.
- Incentivar la producción de materias primas naturales y orgánicas.

Comida:

- Preferir las comidas naturales y artesanales.
- No abusar de las carnes.
- No desperdiciar las comidas.
- Leer el etiquetado de los productos.
- Consumir frutas y verduras de estación.

Transporte:

- Mejorar y usar el transporte público.
- Apoyar las bici vías.

Comercio:

- En la medida de lo posible comprar en tiendas del barrio o vecindario para favorecer el desarrollo local.
- Adquirir productos certificados en materia de cuidado al medio ambiente y equidad. Muchos de estos pueden adquirirse en las Tiendas de Comercio Justo y Economía Solidaria.

Ahorro:

- Preguntar qué hace el banco con tus ahorros, si tienen códigos de ética y dónde exactamente invierten nuestros dineros.
- Apoyar los fondos y bancos éticos que solo invierten donde se aseguren ciertos criterios de sostenibilidad ambiental, económica y social.

Veamos a continuación algunas frases importantes sobre estos conceptos:

☛ "El consumismo alude a una desproporcionada utilización de cosas para satisfacer necesidades y deseos exacerbados - subdivididos al extremo- nunca apagados por bienes que son desechados antes de prestar toda su utilidad, reemplazados prematuramente por otros cada vez más sofisticados que pronto quedan también obsoletos. El consumismo fuerza a un crecimiento desmedido de la producción de ciertos tipos de bienes y da lugar a una sobreabundancia de desechos que se vierten en la naturaleza, contaminándola y "minándola" (Luis Razeto).

☛ "Con la denominada sociedad industrial aparece la multiplicación y acumulación de bienes, con frecuencia innecesarios y superfluos cuando no ordenados con frecuencia a la ostentación y obtención de determinado estatus. Entonces la persona resulta esclava de las cosas, dominada por ellas" (Card. Antonio Quarracino)

☛ "La avidez del mercado descontrola el deseo de niños, jóvenes y adultos. La publicidad conduce ilusoriamente a mundos lejanos y maravillosos, donde todo deseo puede ser satisfecho por los productos que tienen un carácter eficaz, efímero y hasta mesiánico.

Se legitima que los deseos se vuelvan felicidad. Como sólo se necesita lo inmediato, la felicidad se pretende alcanzar con bienestar económico y satisfacción hedonista" (Documento Aparecida del CELAM, n. 50).


☛ "(...) si se mantienen las tendencias inalteradas, sin redistribuir los consumidores de elevado ingreso a los de bajo ingreso, sin cambiar de bienes y tecnologías de producción

contaminantes a otras más limpias, sin fomentar bienes que potencien a los productores pobres, sin cambiar las prioridades del consumo para cambiar de la exhibición conspicua a la satisfacción de las necesidades básicas, los actuales problemas de consumo y desarrollo humano se agravarán (...)" (Informe PNUD, 1998)

☞ "Los mayores índices de obesidad y deuda personal, la escasez crónica de tiempo y la degradación ambiental son síntomas de un consumo excesivo que reduce la calidad de vida de muchas personas" (Instituto Worldwatch)

☞ "una de las principales causas de que continúe deteriorándose el medio ambiente mundial son las modalidades insostenibles de consumo y producción, particularmente en los países industrializados" (Cumbre de la Tierra, ONU, 2002).

☞ "Lo que pasa es que no consigo cambiar el equipo de música una vez por año, el celular cada tres meses o el monitor de la computadora todas las navidades. ¡Guardo los vasos desechables! ¡Lavo los guantes de látex que eran para usar una sola vez! ¡Apilo como un viejo ridículo las bandejas de espuma plástica de los pollos! ¡Los cubiertos de plástico conviven con los de acero inoxidable en el cajón de los cubiertos!. Es que vengo de un tiempo en el que las cosas se compraban para toda la vida. ¡Es más! ¡Se compraban para la vida de los que venían después! La gente heredaba relojes de pared, juegos de copas, fiambreras de tejido y hasta palanganas y escupideras de loza. Y resulta que en nuestro no tan largo matrimonio, hemos tenido más cocinas de las que había en todo el barrio en mi infancia y hemos cambiado la heladera tres veces..." (Eduardo Galeano: Porqué todavía no me compré un DVD).



Preguntas para el trabajo en grupos

I. Muy comúnmente algunas personas piensan que el consumo responsable significa pasar a un estilo de consumo con más privaciones y en consecuencia con menor calidad de vida. ¿Qué piensan Uds. al respecto? ¿El consumo responsable implica tener menor calidad de vida o por el contrario pretende ganar en calidad de vida?

II. En lo personal y a la hora de consumir, ¿tenemos en cuenta no solo la calidad y el precio sino además el impacto ambiental y social de los productos?. Piense en alguna anécdota y experiencia personal a la hora de hacer las compras y compártala con el resto del grupo.

III. ¿Sabes lo que es una compra compulsiva?. Averigua el significado y comparte una reflexión con tus compañeros.

Haga una lista de 5 acciones concretas que puedan mejorar sus estilos de consumo.



Responsable del área Desarrollo Social: Gustavo Tuyaré

Gral. Palleja 2584 | Tel.: (598 2) 203 4607 / 208 3769 | MONTEVIDEO
- URUGUAY

economiasolidaria@kolping.org.uy, institucion@kolping.org.uy |
www.kolping.org.uy

www.kolping.net | www.kolpinglinks.net