

## **El consumo responsable**

**Consumir inteligentemente, el poder del consumidor en una sociedad de consumo.**

**A través de nuestro consumo responsable e inteligente podemos acelerar el cambio hacia un nuevo escenario donde se reintegren preocupaciones económicas, ambientales y éticas.**

Partiendo de un análisis crítico del capitalismo y tomando consciencia de que como consumidores somos el último eslabón del engranaje capitalista y por tanto nuestras decisiones sobre el consumo repercuten fuertemente en el sistema, se realizan unas reflexiones con el fin de llegar al desarrollo de un consumo más inteligente en el que en un producto se analiza bajo tres valores de igual importancia; el económico, el ecológico y el social.

Además de mirar los factores económicos que dan el precio de un producto, deberemos buscar que sea cuanto más sostenible mejor, cuanto más sano mejor y cuanto más humano mejor.

La libertad de mercado es el dogma bajo el que se desarrolló el capitalismo. Fue en 1776 cuando Adam Smith escribió la reflexión sobre el origen y las causas de la riqueza de las naciones, y allí se esbozaron las primeras ideas de libertad de comercio en oposición al imperio. Su desarrollo presuponía entonces un mercado compuesto por personas "morales" y sería precisamente esta ética natural la que regularía las prácticas comerciales y prevendría contra la injusticia.

Hoy sin embargo vemos que el consumo que los gobiernos consideran un "bien social" motor de la economía, está llegando a niveles insostenibles y que cada vez hay menos y más grandes multinacionales que pierden la ética para conseguir competitividad, bajar precios para vender más a costa de lo que sea, destrucciones masivas del medioambiente para mantener el ritmo de crecimiento y injusticias sociales para conseguir abaratar los precios abaratando la mano de obra.

Con un sistema económico que genera injusticia y destruye el medioambiente, surge la propuesta de la no colaboración desde nuestra posición de consumidores y la búsqueda de un consumo crítico y un consumo ético que se convierta en un consumo responsable.

El consumo crítico:

Se pregunta por las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado un producto.

Se trata de elegir lo que compras sobre la base de 2 criterios: la historia del producto y la conducta de la empresa productiva.

El consumo ético implica:

la búsqueda de información para poder cuantificar los impactos sociales, medioambientales y sobre la salud de los productos que consumimos, la reducción del consumo como opción ética, se trata de consumir menos pero más inteligentemente.

La distinción entre necesidades reales y necesidades impuestas, llegando a un cambio en la escala de valores donde no es más feliz el que más tiene sino el que menos necesita.

El consumo crítico y el consumo ético desembocan en un consumo responsable del que se derivan unas obligaciones.

El consumidor tiene que conocer mediante la información transparente las condiciones sociales y medioambientales bajo las que se han elaborado los productos, frente a una opción insostenible medioambientalmente suele haber siempre una alternativa más ecológica y respetuosa con el medioambiente y los derechos humanos.

En esta línea de trabajo van surgiendo voces que ayudan a alertar de los desvíos sociales y ecológicos legislándolos y cuantificándolos ó simplemente divulgándolos. Algunas de estas voces son:

#### [Comercio justo:](#)

Ha llegado a obtener unos reglamentos internacionales que ofrecen unas garantías como son las cláusulas sociales como la abolición del trabajo infantil que establece una edad mínima de admisión, y las etiquetas de garantía social como la Max Haavelar holandesa y la Fairtrade Inglesa.

#### [Revista consum@ étic@](#)

Surge en Andalucía una red social de acción en el consumo consciente, crítico y transformador que se plasma en la creación de esta revista que investiga la idea de salir del consumismo compulsivo, analiza los impactos sociales y ambientales de nuestro consumo, de las formas de producción del capitalismo global y de sus multinacionales y divulga las opciones que proponen un consumo responsable desde la sencillez, la ecología y la solidaridad.

#### [Ecología industrial:](#)

Es una nueva disciplina que surge para analizar y cuantificar el impacto ecológico de los productos que fabricamos.

La ecología industrial estudia el impacto medioambiental, el impacto sobre la salud y el impacto social de toda la cadena de producción de un producto en todo su ciclo vital desde su fabricación hasta su eliminación.

Esta nueva disciplina que se halla entre la física, la química, la ingeniería y la ecología pretende llegar a una regulación que permita conocer el impacto oculto de nuestras compras.

Para trabajar en el camino de la transparencia hay que aprender a cuantificar los impactos, la Ecología Industrial puede suministrar la información que permite la transparencia y obligará a las empresas a detectar los aspectos problemáticos de sus productos para desarrollar cuanto antes mejoras alternativas.

Con la transparencia se pretende fomentar la acción colectiva del consumidor con intención de orientar el mercado hacia productos más sostenibles. Esta estrategia es más rápida que la regulación. Cuanto más detallada sea la información que tiene el público acerca de los peligros asociados a ciertos productos antes desaparecerán determinados ingredientes y procesos industriales.

Las empresas ecológicamente inteligentes deberán ser preactivas, y recuperando la ética deberán actuar para conseguir ser socialmente responsables y sostenibles. Para ello el primer paso que deberán dar es conocer sus impactos, alentar las mejoras y ofrecer una total transparencia del punto en el que se encuentran.

La transparencia radical ofrece la información necesaria al consumidor para que con sus decisiones de compra pueda apoyar a las empresas que ofrezcan los productos con mejor valor económico, ecológico y social. Cuando hacemos la

compra no debemos olvidar que somos poderosos y que las empresas están en una situación de profunda dependencia de nuestros comportamientos como consumidores.

El consumo responsable se convierte así en una poderosa acción que va a resultar imprescindible para ayudar en el difícil camino hacia la sostenibilidad que indispensablemente conllevará una revolución cultural y una re-evolución industrial que nos colocaran en un nuevo paradigma. Como dice Daniel Goleman en su último libro "[Inteligencia ecológica](#)" la revolución está en manos de los consumidores.

El consumo responsable se convierte así en una poderosa acción que va a resultar imprescindible para ayudar en el difícil camino hacia la sostenibilidad que indispensablemente conllevará una revolución cultural y una re-evolución industrial que nos colocaran en un nuevo paradigma.

En este nuevo paradigma una de las innovadoras herramientas de cambio que parece encarar los retos del siglo XXI es la metodología del ecodiseño, que yendo más allá de la ecoeficiencia deja de ser menos mala para pasar a hacer las cosas bien tomando como punto de inspiración los sistemas naturales. Se trata de ver las cosas desde un nuevo punto de vista donde desaparece el concepto de desperdicio ya no se trata de reducirlo sino de eliminarlo desde el principio por propio diseño. Este concepto realmente no existe en la naturaleza en ella el desperdicio es nutriente. Hoy ya cada vez más empresas están dispuestas a asumir el desafío que supone este nuevo enfoque.

Se dice que comprar es votar, ojala votando pudiéramos cambiar las cosas tan efectivamente como comprando. En definitiva se trata de comprar inteligentemente para obligar y ayudar a las empresas a situarse en este nuevo paradigma que nos lleva a ser socios de la naturaleza y a ir recreando un sistema que integre preocupaciones económicas, ambientales y éticas.