

## ¿Consumo responsable en época de crisis?

Dll, 19/11/2012 per Andreu Ibarz Mellado

[Colloquium Salutis](#)

La situación de crisis generalizada nos ha comportado algunas **paradojas en torno al consumo**. La primera de ellas, que hace referencia sobre todo al pasado, es la constatación de los diferentes impactos de la «cultura del consumismo». Algunos de ellos son de tipo negativo como la brecha entre clases sociales o entre países y, también, el endeudamiento. Otros tienen que ver con un importante despliegue del sistema productivo y la creación de riqueza. El segundo, muy relacionado con nuestro presente, es la tensión entre la necesidad del consumo —porque tenemos que vivir y garantizar una cierta producción— y, al mismo tiempo, la no extralimitación de este consumo —porque tanto los recursos personales como los naturales son muy limitados—. Ahora bien, hay una cuestión urgente e importante en el ámbito del futuro inmediato. **¿Es posible mantener y hacer crecer la incipiente cultura del «consumo responsable»?**

Comparto un breve y **sencillo decálogo en torno al «consumo responsable»** en los **contextos de la crisis** y, también, **ante unas fechas tradicionalmente consumistas**. 1) Buscar la proporcionalidad entre el objeto de consumo y su finalidad —¡cuántas veces constatamos un fuerte desequilibrio!—; 2) Siempre que sea posible tener un conocimiento básico de la calidad de las materias primas, de los procesos de producción implicados, de las condiciones de los trabajadores que han intervenido; 3) Priorizar productos con «valor añadido» —los productos procedentes del comercio justo, de proximidad, de entornos familiares, de modelos empresariales de economía social o los derivados y participantes en proyectos solidarios—; 4) Ser consciente de que el «consumo responsable» no siempre es el más barato y que, por tanto, es legítimo modular la compra con dos tipologías del mismo producto para nivelar nuestra cesta; 5) Reconducir los habituales obsequios y regalos en el marco del «consumo responsable»; 6) Potenciar la austeridad como actitud personal y colaborar en una segunda «redistribución de alimentos» mediante entidades concretas; 7) Escoger productos de uso y servicio personal pero con posibilidades de ser compartidos; 8) Controlar y contrarrestar la actitud impulsiva —sea la propia o la de los próximos— ante el consumo; 9) Comprometerse con una actitud proactiva para desenmascarar la publicidad engañosa; 10) Considerar la duración de los objetos de motivo de compra, el coste del mantenimiento, el gasto energético para el funcionamiento y el aprovechamiento en su reciclaje.

**El consumo responsable pertenece a la órbita cultural**, lo que significa información, criterios, hábitos, etc. **Los procesos culturales son complejos y largos pero hoy más que nunca el consumo responsable es un enorme aliado para transformar nuestro mundo.**

Publicado en *Catalunya Cristiana*, edición 1730, de 18 de noviembre de 2012, p. 12