

La Sociedad del Bienestar pasa por un consumo responsable

La Dirección General de Consumo da pautas de cómo acceder de una forma responsable a los ingentes recursos y bienes que el mercado ofrece de forma indiscriminada

Nunca más necesario que ahora es detenerse y reflexionar antes de abandonarse al consumo. No a la compra compulsiva. Ejercemos de consumidores responsables siendo conscientes de las consecuencias de nuestras conductas y críticos ante la presión de la publicidad

Informan

Clara Isabel Gómez Nestares
Laura García Sánchez,
Dirección General de Consumo



La cantidad ingente de bienes y servicios que ofrece el mercado exige un consumo responsable.

La sociedad de consumo encierra algunas de las paradojas que caracterizan la época actual, todos reconocemos la enorme cantidad de recursos que tenemos a nuestra disposición y, sin embargo, parece como si todo ello fuese insuficiente para satisfacer muchas de las necesidades más íntimas y vitales, con frecuencia nos invade la sensación de que más allá de la fascinación que provoca, tanta riqueza no es más que simple apariencia.

Es evidente que jamás una sociedad ha disfrutado de tantos bienes materiales, hay más de lo que hace tan solo algunas décadas alguien pudiese soñar y, a pesar de ello, crece el sentimiento de insatisfacción y apatía. Sin entrar en la enorme desigualdad existente en el acceso a los productos y servicios, hay para todos pero cada vez es más la gente excluida.

En definitiva, el consumo ha adquirido una relevancia insospechada en nuestras vidas y parece sensato buscar momentos en los que reparar en ello y provocar la reflexión de la sociedad en su conjunto.

CONCEPTOS LIGADOS AL CR

El término consciente, o Consumo Responsable (CR), se va oyendo cada vez más en diferentes ámbitos, y para cada cual puede tener significados diversos. Pero en general entendemos:

Ética también en el consumo. En nuestras actividades cotidianas actuamos de acuerdo con nuestra ética: valoramos lo que nos parece bien o mal antes de tomar decisiones. En cambio, cuando consumimos es habitual tomar las opciones que se nos presentan como más "fáciles": baratas, accesibles, de moda... El consumo responsable (CR) intenta deshacer este "divorcio" entre el comportamiento como ciuda-

Practicar consumo responsable

Practicar un Consumo Responsable (CR) empieza por algo tan sencillo como observar nuestro consumo de cada día. Muchas veces el propio sentido común nos sugerirá cambios positivos. No tenemos que tener miedo o vergüenza de tomar hábitos "extraños", como ir a comprar con el carrito; lo que tendría que ser extraño es que no sean "normales".

Dedicar tiempo a buscar información, identificar las

opciones más válidas en cada momento, etc. es una buena inversión: lo más seguro es que practicar un consumo responsable nos lleve, a fin de cuentas, a disponer de más tiempo para nosotros.

A veces el CR lleva a escoger opciones que no son las más accesibles en el mercado o que no son las más baratas, pero con ello se deja de comprar muchas cosas y aporta muchas ventajas como gastar menos.

danos y como consumidores: valoramos qué nos parece bien también al consumir.

Tomar las riendas de las decisiones. El consumo responsable traslada la toma de decisiones desde la publicidad, el mimetismo social o intereses particulares hacia el criterio de cada cual.

Acción para el cambio social. Hay muchas cosas en el mundo que no nos gustan: injusticias, degradación del medio... Nuestro consumo tiene que ver con ellas, porque con cada acto de consumo influimos sobre la evolución de la sociedad. El consumo responsable intenta que lo que potenciamos con nuestro consumo no sea contradictorio con lo que queremos potenciar a nivel social.

Cambiar la actitud ante el consumo. Hacer un consumo responsable no se trata simplemente de una elección entre marcas ni sólo de consumir "verde", sino de un replanteamiento de toda la forma de consumir. Preguntémonos primero si realmente tenemos necesidad o deseo de lo que vamos a consumir, después de cuántas maneras se puede satisfacer esta necesidad o deseo, y finalmente,

en caso de hacerlo a través del mercado, cuál de las opciones que nos ofrece nos parece más acertada.

PROCESO DE EXPERIMENTACIÓN

El consumo responsable no da respuestas categóricas ni soluciones definitivas. Plantea dudas, admite la multiplicidad de respuestas, busca posibilidades válidas dentro de las limitaciones. Los conocimientos, las circunstancias están en evolución continua y por lo tanto las decisiones que tomemos hoy no tienen por qué coincidir con las que tomaremos mañana.

No se trata de "cumplir con la obligación" de seguir unas normas que se nos dictan; esto nos hace sentir culpables y buscar excusas cuando no podemos hacerlo. Se trata de sentir la liberación de hacer lo que desde dentro sentimos que es mejor y nos hace sentir más satisfechos; de no estar ligados a necesidades falsas, a modas o hábitos que no sabemos muy bien por qué seguimos; de entender mejor cómo funciona el mundo en el que vivimos; de no participar en dinámicas que no nos parecen correctas.



Consumo ecologista

Las cuatro erres del Movimiento Ecologista en cuanto al consumo por el que apuesta son: reducir, reutilizar, reparar y reciclar. Además, estas son sus indicaciones para acertar a la hora de hacer un regalo: ponte en lugar del otro y valora el regalo más adecuado para el destinatario; un regalo no siempre es material ni debe comprarse; piensa en productos de comercio justo o ecológicos; compra productos, no envoltorios. Planifica tu compra; haz una lista, busca tiendas cercanas y dirígete a pie, en bicicleta o transporte público. Lleva contigo bolsas reutilizables, una cesta o el carro de comprar. Sé original al envolver los regalos; no es necesario utilizar papeles nuevos.

VIDEOJUEGOS

La edad determina su elección

A los padres les resulta complicado elegir un videojuego acorde a la edad de sus hijos. Los contenidos - a veces violentos y roles sexistas- pueden alterar su formación. Aunque los diversos estudios realizados en España coinciden en que estos contenidos no aportan, en general, más violencia o sexismo que muchos libros, series televisivas y películas. Es recomendable conocer y supervisar los contenidos a los que los menores acceden en un videojuego. Y el primer control se ejerce en la compra. Si se regala un videojuego pensado para menores de siete años a un joven de quince, es probable que se aburra de inmediato y busque un producto más atractivo para su edad lejos de la supervisión familiar. Por el contrario, si se permite a un niño de doce años jugar con un videojuego pensado para mayores de edad, hay que ser conscientes de que los contenidos a los que accede tienen en muchas ocasiones unos roles para los que no está preparado. Los expertos recomiendan que sean los padres los que se sienten con su hijo para inspeccionar el videojuego y juzgar si le conviene.

CLASIFICACIÓN PEGI

Para ayudar a hacer una compra adecuada, los fabricantes de videojuegos han creado una clasificación europea de los videojuegos conocida como PEGI (Pan European Games Information), mucho más estricta que la que etiqueta las películas. Su función es orientar a los consumidores sobre los rangos de edad - 3+, 7+, 12+, 16+, y 18+- de cada producto y advertir de la existencia de contenidos polémicos. PEGI funciona por un código de iconos fácilmente distinguibles que deben estar visibles en las carátulas de los videojuegos. Se trata de un código en el que, por ejemplo, la presencia de un cigarrillo en el contenido del videojuego es motivo para que aparezca el icono de "Drogas".

Pero no sólo hay que ceñirse al contenido; es importante saber que si el destinatario padece algún tipo de afección nerviosa, ansiedad o si puede presentar cuadros de epilepsia no conviene regalarle un videojuego.

NUEVASTECNOLOGÍAS

Webs para familias internautas

Cuentan con financiación europea del Plan de Uso Seguro de Internet (SIAP)

www.protegeles.com
www.aempi.com
www.cibercentinelas.org
www.laredytu.com
www.navegacion-segura.es
www.aprendeyjuegaconea.com