

**Carlos Ballesteros, autor de «Tu compra es tu voto»**

## «El consumo responsable es necesario por justicia y urgente por el medio ambiente»

**José Luis Palacios**

Carlos Ballesteros, profesor de Sociología del Consumo en la Universidad Pontificia de Comillas, es el autor del último libro publicado por Ediciones HOAC «Tu compra es tu voto». Se trata de una obra en la que se plantea el consumo responsable como una forma de combatir las desigualdades desde sus orígenes y como fuente de transformación del mundo.

- ¿A quién puede interesar este libro?

- A todo el mundo que lo quiera leer, pero especialmente está enfocado, primero, a gente que tenga una cierta conciencia y que esté preocupada por los aspectos medioambientales y sociales y quiera plantearse un consumo distinto y, segundo, a gente que esté movilizada, que esté en movimientos sociales, ONG, sindicatos, que quiera cambiar el mundo de alguna forma. Al final todos somos consumidores y todos podemos cambiar el mundo militando también en un consumo distinto.

- ¿Por qué cree que es necesario replantearnos nuestras pautas de consumo?

- Primero porque es urgente. Lo estamos viendo, en los medios de comunicación con los temas medioambientales, como el cambio climático.

En el libro se habla de un modelo triangular donde nuestro estilo de vida y de consumo perjudica al ecosistema y a la vez hay 1.700 millones de consumidores privilegiados frente a 4.000 o 3.000 millones de personas que no pueden tener ese nivel de vida. Yo diría que es necesario primero por justicia social y segundo por que se nos acaba el planeta. O mejor, sería necesario por justicia y urgente por el tema medioambiental.

- La sociedad de consumo sólo incluye al 30% de la población mundial. ¿Qué define a la clase consumidora del mundo?



- Hablando en términos técnicos, no lo digo yo, lo dice el World Watch Institute, en su informe del 2004, dedicado a la sociedad de consumo, la clase social mundial consumidora es aquella que puede dedicar para consumir una renta «per capita» de más de 7.000 u 8.000 dólares anuales. Son 1.700 millones de consumidores los que podemos disponer de un dinero no sólo para necesidades básicas, sino desde el punto de vista cultural de cada uno, para otras cosas. Vivir en la sociedad de consumo, en un país del norte significa que no me alimento sólo de pan y agua, sino que desde mi realidad cultural demandando un tipo

## «Si todo el mundo viviera como vivo yo, harían falta cuatro planetas y pico para poder producir y cubrir ese modo de vivir»

- Ambas cosas. Es cierto que en estos momentos quien ejerce el consumo responsable es gente que tiene las necesidades básicas cubiertas y hoy por hoy, además, tienen un poder adquisitivo mayor que el resto de la población. Pero si pensamos en aspectos medioambientales, los pueblos nómadas de África son consumidores responsables al 100 por ciento, todavía

comercio justo, el consumo verde lo puede ejercer quien tiene fondos, pero también es cierto que es la única alternativa y que mucha gente pobre en el mundo está ejerciendo un consumo que no llaman responsable, pero que sí lo es.

- *¿Es posible crecimiento económico o mejor, desarrollo humano, usando tecnologías limpias?*

- Por supuesto. Pensemos en los pueblos indígenas o en nuestras abuelas. No es posible un desarrollo acelerado y urgente. En el libro se habla de la huella ecológica y se dice que si todo el mundo viviera como vivo yo, harían falta cuatro planetas y pico para poder producir y cubrir ese modo de vivir. Tenemos que volver a modos de consumo más tranquilos si lo queremos llamar así. Hay un autor italiano que ha utilizado para el título de su libro la expresión «Por una vida sobria». Esa sería la idea.

- *¿Qué caracteriza al consumidor responsable?*

- Primero, y está en el libro, es que es un consumidor consciente. Si no se es consciente, no se puede ser crítico y sin ser crítico no se puede ser responsable. La pauta a seguir es darse cuenta de cómo consumo, para ser crítico con algunas prácticas y a partir de ahí, ejercer un consumo que respete a los demás, incluido el medio ambiente y los derechos de las demás personas.

Hay herramientas y fichas, como los balances de economía solidaria que vienen en el libro: hágase usted un presupuesto mensual y sepa en qué se está gastando el dinero. Para poder ser consciente, poder criticarlo y ser consciente de lo que hay que



concreto de alimentación. Cuando mis gastos van más allá de cubrir las necesidades mínimas y empiezo a gastar en ocio, en esparcimiento, en cultura, etc..., soy uno de esos consumidores que se gastan más de la mitad de su presupuesto en bienes superfluos o llamados también de lujo.

- *¿El consumo responsable es una sofisticación, una vuelta de tuerca más en las actitudes de quienes tienen gran poder adquisitivo, o es la única alternativa para asegurar la supervivencia de la raza humana?*

tienen muy interiorizado en sus tradiciones y en sus formas de vida el respeto al medio ambiente, el concepto de sostenibilidad, porque cuando se cargan un árbol plantan otro, por ejemplo. Hay mucha población mundial que ejerce ese consumo.

A nosotros se nos olvidó cuando nos desarrollamos económicamente. Ahora que nos damos cuenta de las consecuencias de ese crecimiento, estamos volviendo a esos hábitos. A la pregunta te respondería que ambas opciones son válidas. Es cierto que el

cambiar. Después vienen las recetas de un consumo más medioambiental, que están en páginas como las de Greenpeace y otras organizaciones..., hay un montón de guías, de catálogos..., que están citados al final del libro.

Soy reacio a dar las soluciones, porque si al final nos basta con seguir lo que otros dicen, eliminamos esa parte del consumo responsable que es tomar conciencia y ser crítico con ciertos hábitos. Pero hay ya un montón de herramientas.

- *¿Puede el gasto en productos éticos, de consumo justo, de la economía solidaria, por sí mismo considerarse una acción política transformadora o hace falta una dimensión pública que trascienda el comportamiento individual?*

- Por supuesto tiene que trascender. En la sociedad española hemos ido mejorando mucho, llevamos 20 ó 25 años con movimientos de comercio justo y se ha ido metiendo en las casas y en las familias el concepto «verde» o «justo». Pero esto no transforma. Que yo desayune café de comercio justo por las mañanas es una pizca en todos mis hábitos. Tenemos que plantearnos toda la cesta de la compra, y no sólo determinados productos del comercio justo oficial como son el café, el chocolate, la miel y cuatro productos más que se venden en estas tiendas. Porque no hemos interiorizado estos criterios en nuestros hábitos de consumo. Además hay que hacerlo público y militar por un consumo responsable en asociaciones y ONG.

Pongo dos ejemplos. El parlamento español firmó hace muchos años una declaración no de ley sobre el comercio justo, pero que yo sepa en el Senado, al menos, no se sirve café de comercio justo en su cafetería. Tam-

bién en el Senado se celebró el primer congreso nacional de Comercio Justo, pero el café y las pastas que se sirvieron en los intermedios no eran de comercio justo.

- *¿Llegará un momento en que las empresas ante la presión de sus clientes tengan que cambiar su filosofía y producir de forma limpia y sostenible, respetar los códigos éticos y los derechos de los trabajadores?*

- Ese es el sueño. Hay que esperar que sí. Si nos ponemos a pensar utópicamente llegará un día en que la empresa cambiará su filosofía y empezaremos a crear una economía solidaria y alternativa, de modo que el fin de la empresa no sea generar más valor para sus accionistas, sino más valor para la sociedad. Hoy por hoy, hay una frontera muy tenue entre lo que es responsabilidad social corporativa porque me lo creo o porque me da mejor imagen y más ventas. Ahora la verdad es que la balanza se inclina más por la segunda opción. Si lo hacemos por imagen, por moda, por márketing, por demanda del consumidor, cuando ya no sea así no lo haremos, además sólo lo haremos en lo más visible y no en todo. Aunque es la utopía a la que queremos tender el camino es largo. También digo que hay pasos positivos, muchas empresas e iniciativas que empiezan a tomárselo en serio, a cambiar el mundo, a cambiar su corazón, su núcleo más duro.

- *Incluso aunque las empresas se conviertan algún día en centros de producción responsables, ¿qué pasaría con un sistema económico que rige las sociedades actuales en el consumo como estímulo para el deseado crecimiento sin límites?*

- Si las empresas se convierten en centros de producción limpios, amables, responsables..., cambia todo el sistema económico, se desacelera,

aunque suene a crisis, el crecimiento económico. Pero no podemos cambiar el planteamiento de un agente económico de la empresa, si no cambian el resto de los agentes económicos: tiene que cambiar la empresa pero también el consumidor y el papel del trabajador, de la política económica. Quizás si debamos ir a un sistema basado en la iniciativa privada, defendiendo el emprendimiento y la empresa aunque también defendiendo



los valores públicos para algunas cosas del Estado del bienestar, pero desde otro punto de vista. Lo que ha pasado es que el capitalismo se ha hecho compulsivo, se nos ha ido de las manos. Era una idea que nació con visos de ser una buena idea económica pero que se ha convertido en lo que tenemos hoy. Pero sí, si las empresas cambian tendrá que cambiar el resto del sistema económico, porque son agentes fundamentales. Esto nos llevaría a un crecimiento económico menor, pero más armónico y en el que tendríamos en cuenta a los que en estos momentos no están creciendo económicamente. n

**«Tiene que cambiar la empresa pero también el consumidor y el papel del trabajador, de la política económica»**