

## STOP, NO CONFUNDIR: CONSUMIR Y CONSUMISMO

Estos días el ambiente se llena de deseos y buenos propósitos, en la tele salen niños y niñas contando su interminable lista de regalos para Sus Majestades o el Olentzero, los anuncios nos invaden con propuestas por si no lo tenemos pensado, y hasta los periodistas preguntan a políticos, qué piden y a quién le dejarían carbón. Y...¡venga va!, seamos sinceros, todos tenemos algo pensado, bien algo material o inmaterial que hace tiempo que deseamos, o sino ese buen propósito que pondremos en marcha con la última campanada del año.

Este año los mensajes de crisis igualan casi al bombardeo publicitario que nos incita al consumismo desmesurado de estas fechas. Bueno de estas fechas y de casi todas las fechas, porque después le siguen las rebajas, luego semana del hogar, luego el día de... al que le sigue el día de... y así...pasando por las vacaciones de ensueño con el calorcito, ya estamos otra vez en Navidad. (*Pasando un par de veces, claro, por las rebajas de nuevo.*). Uf! y cómo ha pasado el año y ¿dónde está ese buen propósito de la última campanada?)

Y Ustedes que están leyendo, pensarán ya está aquí la pesada "ONGera" de turno que viene con el discurso de NO COMPRE mejor hágalo usted mismo. Pues fíjese que NO, que en estas letras de hoy no van por ahí los derroteros, porque consumir, desear, permitirse o autoregalarse puede no ser algo malo siempre y cuando no se convierta en consumismo.

Consumir de forma responsable, este es un apellido para el consumo que me encanta, de hecho ambas palabras no deberían separarse nunca. Y debería ser lo habitual consumir así en cualquier circunstancia, pero en un contexto como el actual, de crisis económica, social y medioambiental, resulta aún más apremiante. Muchas familias están viendo sus ingresos reducidos y se vuelve indispensable establecer prioridades y preguntarnos si realmente necesitamos algo, antes de comprarlo.

Los tiempos de abundancia y crédito fácil nos han acostumbraron al consumo de cosas que no necesitamos y que, además, pueden resultar dañinas para nuestra salud, la de las personas que lo fabricaron o la del planeta. Los momentos de crisis nos ayudan a darnos cuenta de qué cosas son las verdaderamente importantes.

Y si nos fijamos bien en la definición de consumo, para consumir hacen faltan personas. Y por supuesto que antes que consumidores somos personas por mucho que las grandes marcas comerciales de ropa, alimentación, coches o de lo que sea nos quieran ver como consumidores con patas, o lo que es lo mismo objetivos para subir las cifras de ventas.

Y como personas que somos tenemos unos valores que nos permiten decidir hacer algo o dejar de hacerlo. Porque estoy segura de que si supiésemos que muchas de las prendas que nos ponemos o de los alimentos que comemos son elaborados o cultivados en países del Sur, donde los trabajadores y trabajadoras reciben salarios irrisorios por largas horas de trabajo en condiciones de precariedad laboral, no se cuida el medio ambiente, se emplea mano de obra infantil, o muchas familias se ven obligadas a vender sus cosechas por debajo de los costes de producción, no las consumiríamos. Pero nadie nos lo cuenta, o casi nadie.

Con nuestras compras, deberíamos optar por la persona, poniéndola en el centro de los beneficios del sistema, por la distribución equitativa de los beneficios del Comercio y por un modelo de producción respetuoso con el medio ambiente.

Todas las personas del Norte o del Sur tenemos derecho a una vida digna, a poder satisfacer nuestras necesidades básicas y a vivir en un entorno natural saludable. Ser coherentes con nuestros valores a la hora de tomar nuestras decisiones como personas

consumidoras nos puede dar una mayor satisfacción y más duradera que un consumo irreflexivo y caprichoso.

Dicen que el tiempo nunca vuelve hacia atrás y salir de una crisis no es regresar a hábitos anteriores sino encontrar un nuevo equilibrio y una nueva forma de vivir en armonía con el planeta, y con todos sus habitantes

Cuando hablamos de un consumo responsable hablamos de un consumo más moderado, reflexivo y crítico. Al obtener un producto podemos, además de satisfacer un deseo o una necesidad, tener en cuenta las repercusiones de nuestra elección así como conocer todo lo que hay detrás de ese producto. Es una forma de lucha contra la forma convencional de consumo y a favor de la transformación social.

Y no hablamos de un deseo para 2013, sino que esta forma de consumir ya existe hablamos de: apostar por la producción local, por lo ecológico, por la producción de cercanía, por los artesanos locales, por el Comercio Justo, por pasarte a la banca ética, por esquivar el turismo convencional y apuntarte al responsable, por aparcar el coche y pedalear o caminar más, por reciclar, por unirse a una causa solidaria, por salir a la calle y manifestarte por la injusticias, por leer las etiquetas , por reflexionar, por averiguar de dónde viene lo que compras.....

Las personas somos el motor más grande que existe para emprender cambios sociales. Este año sacudámonos la pereza y no dudemos de nuestra capacidad para cambiar. Este año apunta en tu lista de buenos propósitos el Consumo Responsable.

**María Martín**  
**Secretaria de la Coordinadora de ONGD de Navarra**