



BOLETÍN VERDE

NÚMERO ESPECIAL, diciembre de 2003

El medio ambiente
DEPENDE TAMBIÉN DE TI

CON-SUMO CUIDADO (Por el consumo responsable)

En nuestra sociedad habitualmente se despilfarra, acentuándose esta situación en Navidad, mientras que en otros lugares del mundo se carece de lo básico; además, el derroche contribuye a la destrucción de los recursos naturales y a la explotación del ser humano.

El *consumismo* supone en la actualidad un grave problema social y ambiental. Fruto del estudio riguroso y responsable de este problema, desde el movimiento ecologista se llega a plantear la alternativa del *consumo responsable*.

Consumidor respetuoso con el medio ambiente, consumidor responsable, consumidor ecológico, comercio justo, consumo crítico o ético: diferentes nombres para una misma actitud ante un modelo consumista.

Desde hace años, los consumidores estamos siendo sometidos a una auténtica guerra psicológica cuyo origen está en la potente industria publicitaria, destinada a hacernos comprar.

Esta guerra forma parte de un modelo consumista y despilfarrador que no es neutral sino que, muy al contrario, ocasiona serios problemas al planeta y a todos los seres que en él habitamos.

Este modelo consumista provoca un impacto ambiental elevado. Los hábitos actuales de consumo están provocando una grave contaminación de la atmósfera, del suelo y del agua. Esto origina, no sólo el deterioro ambiental del planeta, sino la pérdida de la calidad de vida de los seres humanos y el incremento de enfermedades de origen artificial. Haciendo una esquemática relación de problemas ambientales, los más importantes de ellos serían:

- Efecto invernadero o calentamiento del planeta por el uso excesivo de combustibles fósiles.
- Reducción de la capa de ozono, protectora de los rayos solares nocivos.
- Aumento de las enfermedades respiratorias, de la piel y cancerosas como consecuencia de la contaminación atmosférica.
- Reducción drástica de la superficie natural y arbolada del planeta.
- Explotación abusiva de los recursos naturales: minería, tala, turismo de masas, etc.
- Diseminación de residuos altamente tóxicos (dioxinas y furanos).
- Proliferación de vertederos.
- El peligro nuclear.
- Agotamiento de recursos energéticos.
- Deterioro de la salud debido a la alimentación industrial (pollos con dioxinas, vacas locas, etc.).
- Problemas de la contaminación electromagnética.

Y..., todos estos problemas ¿tienen solución?, ¿hay alternativas?.

Pero..., ¿quién puede aplicar las soluciones a este problemático panorama?

Desde luego la solución no es sencilla, pero existe. El problema se apoya en tres factores o agentes:

- Los fabricantes y vendedores.



- El Estado y las leyes.
 - El consumidor.
- Las empresas que fabrican, y las empresas que venden productos de consumo deben poner en el mercado productos de calidad, económicos, duraderos y ecológicos.
 - Las leyes, de las que en nuestro país hay muchas, y algunas muy buenas, deben cumplirse. El estado debe ser eficaz en garantizar unas condiciones de vida saludable y respetuosas con el entorno.
 - Y por último, el tercer agente implicado es el consumidor.

Evidentemente, la solución pasa por la acción conjunta de los tres agentes implicados, pero no por ello debemos encontrar una excusa para no hacer nada.

Como consumidores tenemos un enorme poder a la hora de “orientar” la fabricación y comercialización de los productos de consumo.

Como eslabón final de la cadena, no podemos evitar que un producto nocivo se ponga en el mercado, pero si no se vende, rápidamente será retirado del mismo. Por lo tanto, a la hora de comprar un producto, en lugar de otro, estaremos influyendo en la primera pata de la mesa, que era el fabricante.

Paralelamente, si a nivel particular, o aún mejor, a través de las asociaciones de consumidores, presionamos a la administración, en el sentido de obligar a que haya normativa y a que ésta se cumpla y mejore, para que no se fabriquen ni vendan productos que puedan resultar dañinos para la salud, o afectar negativamente al medio ambiente; de este modo estaremos influyendo en la segunda pata de la mesa.

Pero..., y como consumidores individuales, ¿qué podemos hacer, si es que se puede hacer algo?.

El primer paso es fundamental: se trata de, antes de decidirnos por un producto de la estantería, pensar en si lo necesitamos o queremos realmente, y en caso afirmativo plantearnos mentalmente si hay otro producto similar que sea de mejor calidad a un precio razonable, o si hay otro producto que, en su elaboración o después como residuo, afecte menos al medio ambiente.

En muchas ocasiones, vamos a disponer de alternativas mejores, y sólo con pararnos un momento a pensar en ello seremos capaces de comprar y elegir de un modo consciente y responsable.

En este sentido, Greenpeace ha elaborado un riguroso estudio sobre consumo que fundamenta una de sus campañas más recientes, pidiendo explícitamente a los consumidores que dejen de comprar langostinos. Para ello exponen el documento “*La huella del consumo español de langostino de cultivo*” que merece la pena leer, y que sirve como ejemplo de la idea que pretendemos trasladar, y que se encuentra en esta dirección de correo electrónico, a la que se puede acceder directamente desde aquí: http://www.greenpeace.org/espana_es/multimedia/download/1/365291/0/Dic2003Huella_consumo_langostino.pdf

Desde UGT Castilla y León consideramos imprescindible que se tomen las medidas oportunas para ejercer un consumo responsable, uno de los pilares del desarrollo sostenible, poniendo en estas fechas mayor énfasis en la capacidad de decisión individual de cada uno de nosotros. Para mayor información UGT Castilla la Mancha ha editado una “*Guía Práctica para el consumo sostenible*”, que puede ser consultada en la dirección siguiente: <http://clmancha.ugt.org/medioamb/guiamedioambiente.pdf>

Y es que, en UGT, el medio ambiente **depende también de ti!**

El Departamento de Medio Ambiente de UGT Castilla y León les desea

¡¡FELICES FIESTAS!!

