

Consumismo y ética profesional

Por Mario Aleman

¿Cómo el consumismo compulsivo lleva al daño ecológico y cuál es nuestra tarea desde nuestras profesiones? Un llamado a la reflexión y la ética profesional.

«El consumismo puede referirse tanto a la acumulación, compra o consumo de bienes y servicios considerados no esenciales, como al sistema político y económico que promueve la adquisición competitiva de riqueza como signo de *status* y prestigio dentro de un grupo social. El consumo a gran escala en la sociedad contemporánea compromete seriamente los recursos naturales y el equilibrio ecológico. El consumismo, entendido como adquisición o compra desaforada, idealiza sus efectos y consecuencias asociando su práctica con la obtención de la satisfacción personal e incluso de la felicidad personal».¹

Si partimos de la Revolución Industrial, tomándola como el gran inicio no sólo de la industrialización sino también de una nueva «sed de información», desde las publicaciones impresas hasta la producción masiva de productos, podremos notar una aceleración en el proceso de «compra-venta» o de adquisición de bienes materiales.

En sus primeros momentos, la industrialización permitió que cada vez más personas tuvieran acceso a bienes materiales que antes estaban reservados para ciertas clases sociales, lo cual fue un gran paso porque esto abrió campo a nuevas exploraciones, expansión cultural, pero sobretodo se empezaron a eliminar ciertas problemáticas como: vestimentas, viajes, posesión de tierras y formas de facilitación del trabajo artesanal y agrícola.

Por primera vez la apertura de mercados fue de alcance público y la venta de máquinas de industria, mueblería, ropa y artefactos de uso personal, tanto productos nacionales como extranjeros, dando inicio así a los tratados de comercio modernos entre naciones.

Pero la pregunta clave de este trabajo es: ¿Cómo pasamos de necesitar bienes materiales a una adicción por adquirir todo lo que se nos pone en frente, o simplemente reemplazar algo viejo, que aún es útil, sirve y funciona, por algo nuevo y de moda?

La respuesta es el propio tema de este artículo: «comportamiento consumista». Ya no sólo son las necesidades básicas del ser humano las que deben ser satisfechas, sino que ahora tenemos esa constante necesidad de estar comprando constantemente. La historia y mi experiencia me han dado como conclusión la única causa posible a un comportamiento de este tipo: la sociedad.

Sí, la sociedad es su causante. Los sectores sociales y de mercado actúan de tal manera que el consumidor se siente inferior a los demás si no posee el último televisor o la última moda de ropa de París. Entonces, quien nos impulsa al consumismo compulsivo, irónicamente, somos nosotros mismos, nuestra falta de carácter y nuestro miedo al rechazo social.

Algunos expertos ven al consumismo compulsivo como una enfermedad psicológica, algo de verdad hay en esto ya que cuando se lleva al extremo, causa no sólo un daño en la personalidad del individuo, sino también en su entorno social, laboral y hasta fisiológico.

En este artículo quiero hacer énfasis en una de las consecuencias del comportamiento consumista: el daño ecológico y la destrucción de nuestros recursos naturales.

El calentamiento global, el agujero en la capa de ozono, el «derretimiento de los polos», la desaparición de hectáreas de selvas y de gigantescas masas de agua a causa de la explotación desmedida de recursos, entre otros, han sido tema de discusión por los gobiernos del mundo a lo largo de muchos años, «somos responsables», «no somos responsables», «la industria lo necesita», etc. etc. Mientras ellos siguen discutiendo nosotros seguimos haciendo cada vez más daño.

Hagamos una pequeña pausa aquí. Muchos se preguntarán: ¿Cómo pasó del consumismo a la destrucción ecológica?

La verdad, eso lo hacemos todos. Recordemos un poco, como ejemplo, el proceso de cómo un pantalón llega a nosotros: demanda - energía - materia prima - recurso humano - contaminación - producto final (utilicen su imaginación un poco).

Creo que ahora nadie se preguntará cómo el pantalón que lleva puesto afectó de una forma u otra al planeta, nuestro planeta. El proceso es tan sencillo pero a la vez tan destructivo, que nadie quiere sentirse culpable. Pero el caso es que todo lleva un trabajo, cada parte del proceso conlleva un gasto de energía.

Todos necesitamos comer, vestirnos, transportarnos, etc. Pero lo hacemos de la misma forma desde hace cien años, siempre tomando lo que el planeta nos da, pero no restituyendo.

¿Dónde está el problema? En nosotros o en quienes nos venden los productos que utilizamos. Quien demanda, obtiene. Así de sencillo, demandamos por más y más productos y es exactamente lo que recibimos.

Como comunicadores nuestra labor debe ser crear conciencia en esto, porque si lo hiciéramos sólo por el hecho de conservar el planeta, perderíamos algo de nuestra humanidad. No podemos exigir que las personas dejen de comprar porque hay millones que dependen de nuestra demanda de productos, esos millones de personas alimentan a sus familias porque nos proveen los artículos que consumimos.

La ética profesional debe estar siempre primero, nosotros trabajamos comunicando un mensaje y no podemos permitir que por nuestro mensaje otros pierdan sus trabajos.

¿Qué podemos hacer?

Campañas que demuestren con un mensaje directo el daño que el consumismo causa al planeta, de esta forma creamos conciencia y forzamos a los gobiernos a buscar fuentes de energía renovables, a reciclar, reforestar y educar.

También nosotros, como publicistas, diseñadores y creativos, tenemos las habilidades para proponer alternativas de medios publicitarios, en especial todo medio impreso o de exteriores. Utilizar materiales biodegradables, eliminar la opción de mantas tradicionales, entre otras cosas.

A diferencia de quienes piensan que la energía renovable está fuera de presupuesto, opino que invertir en nuevos recursos es invertir en el planeta. Invertir en el planeta es invertir en el futuro.

Publicado el 01/05/2013

-
1. Fuente: Wikipedia



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/consumismo-y-etica-profesional>

