

Consumo ético: el significado moral de las compras diarias

¿Somos lo que consumimos? Existe un significado moral en nuestra selección de productos que fortalece nuestro potencial humano, y ofrecen material para reflexionar sobre lo que hay más allá de las marcas.

10 de septiembre de 2015

Son muchos los que podrían sentirse culpables de consumir mucho más de lo que necesitan, incluso de comprar de forma compulsiva. Un buen ejemplo son los tres mil pares de zapatos que se encontraron en los aposentos de Imelda Marcos, ex primera dama filipina, tras su salida del país en 1986.

Cada vez se presta más atención al problema ético que plantea el consumo excesivo, un fenómeno que ilustra el creciente número de vertederos en todo el mundo infestados de aparatos electrónicos obsoletos, plásticos, zapatos y todo tipo de objetos que han pasado de moda.

La codicia y el materialismo afectan negativamente a la sociedad y agotan los recursos del planeta. Sin embargo, el consumo en sí mismo es algo natural e inevitable si queremos prosperar en nuestras vidas. La pregunta a realizarse entonces es: ¿cómo puede el comportamiento consumista promover tanto lo que es bueno para mí como para mi familia y el resto de la sociedad?

El profesor de IESE [Carlos Rodríguez Lluesma](#) y Pablo García Ruiz exploran el mundo del consumo ético en el capítulo que han escrito para el libro [Handbook of Virtue Ethics in Business Management](#). Su tesis expone que el consumo ético forma parte del desarrollo del carácter del individuo y de la búsqueda de una vida moralmente buena. Por lo tanto, *somos lo que consumimos*, también en el sentido moral.

Comercio justo y *slow food*

¿Es posible consumir de forma ética? Algunos movimientos o iniciativas de alcance mundial ayudan a hacerlo. Comprar productos provenientes del comercio justo puede garantizar un salario adecuado para los trabajadores y productores de los países en desarrollo. Por su parte, el movimiento del *slow food* aboga por la defensa de la cocina tradicional y local frente a la comida rápida. Y como consumidores, podemos boicotear los productos que se fabriquen en talleres clandestinos, que provoquen daños al medio ambiente o supongan maltrato animal. La motivación puede ser política, religiosa, social o ambiental.

Sin embargo, Rodríguez Lluesma y García Ruiz adoptan un enfoque de la "ética de las virtudes" ante el consumo. Así, la virtud ética implica que las prácticas sostenibles o de comercio justo son dignas y deben llevarse a cabo no solo por su beneficio en sí, sino también como un medio para desarrollar virtudes y prosperar como seres humanos.

La tradición filosófica de la ética de la virtud hace hincapié en el desarrollo del carácter y las virtudes de una persona. Por el contrario, otras ramas de la ética enfatizan la necesidad de cumplir con el deber o actuar de una manera determinada para lograr consecuencias positivas.

¿En qué se basa entonces la perspectiva de la ética de la virtud en el caso del consumo? Comience por plantearse esta pregunta: "¿Qué clase de persona quiero ser?", y tome sus decisiones de compra de acuerdo con su respuesta.

Elogio de la excelencia

El consumo permite desarrollar el potencial humano. Por ejemplo, un instrumento musical de calidad es clave para un músico competente, mientras que el acceso a libros y artículos rigurosos lo es para un académico. El sentido común, la humildad y la constancia son algunas de las virtudes que se pueden desarrollar mediante un consumo cuidadoso.

Para los autores, la "moderación" es una virtud central en el consumo. Si el consumo excesivo tiene sus trampas morales, también las tiene el consumo insuficiente, resaltan. El consumo es necesario para desarrollar una vida óptima: además de dar respuesta a nuestras necesidades básicas, nos permite disfrutar de la música o amueblar una casa, por ejemplo. Y lo que es bueno para el individuo también puede serlo para la sociedad.

Mientras que el consumo exacerbado puede conducir al materialismo y la superficialidad, en

el otro extremo, un bajo consumo puede significar que una persona nunca recibe a amigos y con ello aleja o enajena a otros. En algún lugar entre la tacañería y la codicia, el consumo moderado puede ser un medio para expresar el afecto por los demás y vivir bien.

Por otra parte, lo que para unos es moderado para otros puede ser demasiado o demasiado poco. Se requiere contexto. Mientras que un abono anual de conciertos estaría fuera de lugar para un aficionado ocasional a la música, podría considerarse una adquisición razonable para un músico que se está formando.

En otras palabras, cuando tomamos decisiones conscientes acerca de cómo y qué consumir, también estamos escogiendo qué valores morales priorizamos. En este proceso, los mensajes publicitarios y de marketing pueden dificultar o ayudar en el camino.

Pero tanto si se trata de elegir marcas de comercio justo o de decidir cuánto se gastará en la fiesta de cumpleaños de su hijo, lo que consume puede desempeñar un papel más amplio en su desarrollo moral y como parte de una comunidad. Es un hecho que debemos digerir.

www.iese.edu/es/insight