POR UNA ECONOMÍA AMIGA DE LA PERSONA. "NO A UNA ECONOMÍA DE LA EXCLUSIÓN"

Evangelii gaudium, 53

- Fichas de trabajo:

Primera parte

1. Aspectos bíblicos.
2. La ética en la economía.
3. La institución de la Empresa al servicio del ser humano.
4. El papel del libre mercado y la acción del Estado.
5. La globalización, oportunidades y riesgos.
6. La interdependencia económica y el desequilibrio creciente.
7. Causas de las desigualdades económicas.
8. Hacia un verdadero desarrollo: Integral y Solidario.
9. Exigencias y propuestas de acción.
10. **Por un consumo responsable.**

Segunda parte

- El trabajo y el desempleo.

En la Ficha 10, *Por un consumo responsable*, se analizan los siguientes aspectos:

- EL COMPENDIO NOS INDICA QUE LA OPCIÓN DE INVERTIR, DE CONSUMIR UN DETERMINADO PRODUCTO ES UNA OPCIÓN MORAL, QUE DEBE TENER EN CUENTA EL FUNCIONAMIENTO GLOBAL DE LAS EMPRESAS
- EL DESAFÍO CULTURAL QUE PRESENTA EL CONSUMISMO, CON SU APUESTA POR EL TENER SOBRE EL SER, EXIGE UNA RESPUESTA MÁS INCISIVA Y MADURA
- JUAN PABLO II CALIFICA DE PREOCUPANTE LA FALTA DE RESPETO A LA NATURALEZA, VINCULADA AL PROBLEMA DEL CONSUMISMO, CLARO EXPONENTE, A SU VEZ, DE LA ALIENACIÓN DE LA PERSONA HOY EN LOS PAÍSES MÁS DESARROLLADOS
- BENEDICTO XVI RESALTA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CONSUMIDOR,QUE SE AÑADE A LA RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA. COMPRAR ES SIEMPRE UN ACTO MORAL
- FRANCISCO REALIZA UNA LLAMADA DE ATENCIÓN SOBRE EL PELIGRO DE ALIENACIÓN QUE CONLLEVA EL FENÓMENO DEL CONSUMISMO
- EL COMPENDIO DE LA D.S.I. PONE EN RELACIÓN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA, EL CONSUMISMO Y EL PROBLEMA ECOLÓGICO
- ES URGENTE RECONSIDERAR LAS MODALIDADES DE USO DE LOS BIENES NATURALES

Ficha 10 : Por un consumo responsable

COMPENDIO DE LA DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA
(Pontificio Consejo "JUSTICIA Y PAZ", 2005)

> EL COMPENDIO NOS INDICA QUE LA OPCIÓN DE INVERTIR, DE CONSUMIR UN DETERMINADO PRODUCTO ES UNA OPCIÓN MORAL, QUE DEBE TENER EN CUENTA EL FUNCIONAMIENTO GLOBAL DE LAS EMPRESAS

358. *Los consumidores, que en muchos casos disponen de amplios márgenes de poder adquisitivo, muy superiores al umbral de subsistencia, pueden influir notablemente en la realidad económica con su libre elección entre consumo y ahorro.* En efecto, la posibilidad de influir sobre las opciones del sistema económico está en manos de quien debe decidir sobre el destino de los propios recursos financieros. Hoy, más que en el pasado, es posible evaluar las alternativas disponibles, no sólo en base al rendimiento previsto o a su grado de riesgo, sino también expresando un juicio de valor sobre los proyectos de inversión que los recursos financiarán, conscientes de que « la opción de invertir en un lugar y no en otro, en un sector productivo en vez de en otro, es siempre una *opción moral y cultural* ».[1]

359. *La utilización del propio poder adquisitivo debe ejercitarse en el contexto de las exigencias morales de la justicia y de la solidaridad, y de responsabilidades sociales precisas*: no se debe olvidar « el deber de la caridad, esto es, el deber de ayudar con lo propio "superfluo" y, a veces, incluso con lo propio "necesario", para dar al pobre lo indispensable para vivir ».[2] Esta responsabilidad confiere a los consumidores la posibilidad de orientar, gracias a la mayor circulación de las informaciones, el comportamiento de los productores, mediante la decisión —individual o colectiva— de preferir los productos de unas empresas en vez de otras, teniendo en cuenta no sólo los precios y la calidad de los productos, sino también la existencia de condiciones correctas de trabajo en las empresas, el empeño por tutelar el ambiente natural que las circunda, etc.

CONSUMO RESPONSABLE (2)

Hablamos de consumo responsable cuando hablamos de:

- CONSUMO ÉTICO
- CONSUMO ECOLÓGICO
- CONSUMO SOCIAL O SOLIDARIO

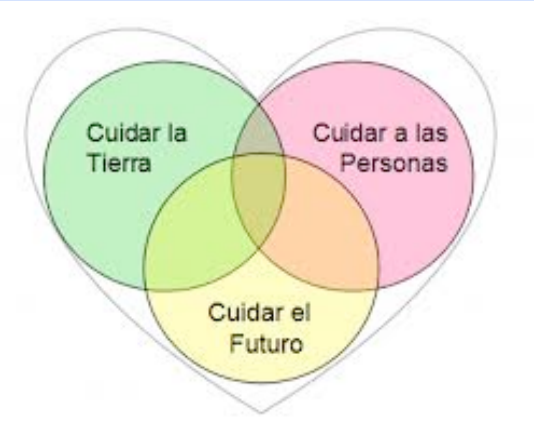
---

[1] Juan Pablo II, Carta enc. *Centesimus annus,* 36: AAS 83 (1991) 839-840.

[2] Ib.

> EL DESAFÍO CULTURAL QUE PRESENTA EL CONSUMISMO, CON SU APUESTA POR EL TENER SOBRE EL SER, EXIGE UNA RESPUESTA MÁS INCISIVA Y MADURA

360. *El fenómeno del consumismo produce una orientación persistente hacia el « tener » en vez de hacia el « ser ».* El consumismo impide « distinguir correctamente las nuevas y más elevadas formas de satisfacción de las nuevas necesidades humanas, que son un obstáculo para la formación de una personalidad madura ».[3] Para contrastar este fenómeno es necesario esforzarse por construir « estilos de vida, a tenor de los cuales la búsqueda de la verdad, de la belleza y del bien, así como la comunión con los demás hombres para un crecimiento común sean los elementos que determinen las opciones del consumo, de los ahorros y de las inversiones ».[4] Es innegable que las influencias del contexto social sobre los estilos de vida son notables: por ello el desafío cultural, que hoy presenta el consumismo, debe ser afrontado en forma más incisiva, sobre todo si se piensa en las generaciones futuras, que corren el riesgo de tener que vivir en un ambiente natural esquilmado a causa de un consumo excesivo y desordenado.[5]



---

[3] Ib.

[4] Ib.

[5] Cf. Juan Pablo II, Carta enc. *Centesimus annus,* 37: AAS 83 (1991) 840.

ENCÍCLICA CENTESIMUS ANNUS
(Juan Pablo II, 1991)

> JUAN PABLO II CALIFICA DE PREOCUPANTE LA FALTA DE RESPETO A LA NATURALEZA, VINCULADA AL PROBLEMA DEL CONSUMISMO, CLARO EXPONENTE, A SU VEZ, DE LA ALIENACIÓN DE LA PERSONA HOY EN LOS PAÍSES MÁS DESARROLLADOS

37. Es, asimismo, preocupante, junto con el problema del consumismo y estrictamente vinculado con él, la cuestión ecológica. El hombre, impulsado por el deseo de tener y gozar, más que de ser y de crecer, consume de manera excesiva y desordenada los recursos de la tierra y su misma vida. En la raíz de la insensata destrucción del ambiente natural hay un error antropológico, por desgracia muy difundido en nuestro tiempo. El hombre, que descubre su capacidad de transformar y, en cierto sentido, de "crear" el mundo con el propio trabajo, olvida que éste se desarrolla siempre sobre la base de la primera y originaria donación de las cosas por parte de Dios. Cree que puede disponer arbitrariamente de la tierra, sometiéndola sin reservas a su voluntad como si ella no tuviese una fisonomía propia y un destino anterior dados por Dios, y que el hombre puede desarrollar ciertamente, pero que no debe traicionar. En vez de desempeñar su papel de colaborador de Dios en la obra de la creación, el hombre suplanta a Dios y con ellos provoca la rebelión de la naturaleza, más bien tiranizada que gobernada por él[6].

Esto demuestra, sobre todo, mezquindad y estrechez de miras del hombre, animado por el deseo de poseer las cosas en vez de relacionarlas con la verdad, y falto de aquella actitud desinteresada, gratuita, estética que nace del asombro por el ser y por la belleza que permite leer en las cosas visibles el mensaje de Dios invisible que las ha creado. A este respecto, la humanidad de hoy debe ser consciente de sus deberes y de su cometido para con las generaciones futuras.

[6] Cf. Enc. Sollicitudo rei socialis, 34: l.c., 559 s.; Mensaje para la Jornada Mundial de la Paz 1990: AAS 82 (1990), 147-156.

ENCÍCLICA CARITAS IN VERITATE
(Benedicto XVI, 2009)

> BENEDICTO XVI RESALTA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CONSUMIDOR,QUE SE AÑADE A LA RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA. COMPRAR ES SIEMPRE UN ACTO MORAL

66. La interrelación mundial ha hecho surgir un nuevo poder político, el de los *consumidores y sus asociaciones*. Es un fenómeno en el que se debe profundizar, pues contiene elementos positivos que hay que fomentar, como también excesos que se han de evitar. Es bueno que las personas se den cuenta de que comprar es siempre un acto moral, y no sólo económico. El *consumidor tiene una responsabilidad social* específica, que se añade a la responsabilidad social de la empresa. Los consumidores deben ser constantemente educados[7] para el papel que ejercen diariamente y que pueden desempeñar respetando los principios morales, sin que disminuya la racionalidad económica intrínseca en el acto de comprar. También en el campo de las compras, precisamente en momentos como los que se están viviendo, en los que el poder adquisitivo puede verse reducido y se deberá consumir con mayor sobriedad, es necesario abrir otras vías como, por ejemplo, formas de cooperación para las adquisiciones, como ocurre con las cooperativas de consumo, que existen desde el s. XIX, gracias también a la iniciativa de los católicos. Además, es conveniente favorecer formas nuevas de comercialización de productos provenientes de áreas deprimidas del planeta para garantizar una retribución decente a los productores, a condición de que se trate de un mercado transparente, que los productores reciban no sólo mayores márgenes de ganancia sino también mayor formación, profesionalidad y tecnología y, finalmente, que dichas experiencias de economía para el desarrollo no estén condicionadas por visiones ideológicas partidistas. Es de desear un papel más incisivo de los consumidores como factor de democracia económica, siempre que ellos mismos no estén manipulados por asociaciones escasamente representativas.

[7] Cf. Juan Pablo II, Carta enc. *Centesimus annus*, 36: *l.c.*, 838-840.

EXHORTACIÓN APOSTÓLICA EVANGELII GAUDIUM (Francisco, 2013)

> FRANCISCO REALIZA UNA LLAMADA DE ATENCIÓN SOBRE EL PELIGRO DE ALIENACIÓN QUE CONLLEVA EL FENÓMENO DEL CONSUMISMO

196. A veces somos duros de corazón y de mente, nos olvidamos, nos entretenemos, nos extasiamos con las inmensas posibilidades de consumo y de distracción que ofrece esta sociedad. Así se produce una especie de alienación que nos afecta a todos, ya que «está alienada una sociedad que, en sus formas de organización social, de producción y de consumo, hace más difícil la realización de esta donación y la formación de esa solidaridad interhumana».[8]

COMPENDIO DE LA DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA (Pontificio Consejo "JUSTICIA Y PAZ", 2005)

> EL COMPENDIO PONE EN RELACIÓN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA, EL CONSUMISMO Y EL PROBLEMA ECOLÓGICO

470. *La programación del desarrollo económico debe considerar atentamente «la necesidad de respetar la integridad y los ritmos de la naturaleza»[9], porque los recursos naturales son limitados y algunos no son renovables.* El actual ritmo de explotación amenaza seriamente la disponibilidad de algunos recursos naturales para el presente *y* el futuro[10]. La solución del problema ecológico exige que la actividad económica respete mejor el medio ambiente, conciliando las exigencias del desarrollo económico con las de la protección ambiental. *Cualquier actividad económica que se sirva de los recursos naturales debe preocuparse también de la salvaguardia del medio ambiente y prever sus costos,* que se han de considerar como «un elemento esencial del coste actual de la actividad económica»[11]. En este contexto se deben considerar las relaciones entre la actividad humana y los *cambios climáticos* que, debido a su extrema complejidad, deben ser oportuna *y* constantemente vigilados a nivel científico, político y jurídico, nacional e internacional. El clima es un bien que debe ser protegido y requiere que los consumidores *y* los agentes de las actividades industriales desarrollen un mayor sentido de responsabilidad en sus comportamientos[12].

---

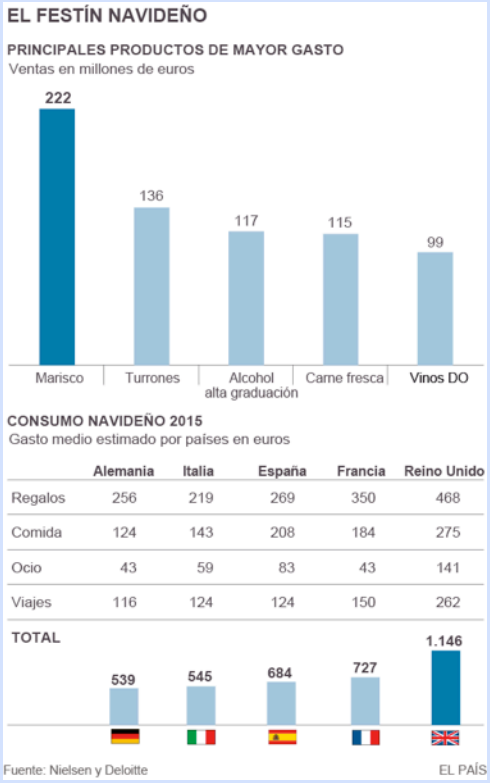
[8] Juan Pablo II, Carta enc. *Centesimus annus* (1 mayo 1991), 41: *AAS* 83 (1991), 844-845.
[9] ÍD., Carta enc. *Sollicitudo rei socialis,* 26: AAS 80 (1988) 546.
[10] Cf. ibíd., 34: AAS 80 (1988) 559-560.
[11] JUAN PABLO II, *Alocución a/a XXI Conferencia General de la FAO* (16-11 - 1989), 8: AAS 82 (1990) 673.
[12] Cf. ÍD., Discurso a un grupo de estudio de la Pontificia Academia de las Ciencias (6-11-1987): L'Osservatore Romano (edición española, 6-12-1987) 18.

> ES URGENTE RECONSIDERAR LAS MODALIDADES DE USO DE LOS BIENES NATURALES

Una economía que respete el medio ambiente no buscará únicamente el objetivo del máximo beneficio, porque la protección ambiental no puede asegurarse sólo en base al cálculo financiero de costos) beneficios. El ambiente es uno de esos bienes que los mecanismos del mercado no son capaces de defender o de promover adecuadamente[13]. Todos los países, en particular los desarrollados, deben advertir la urgente obligación de reconsiderar las modalidades de uso de los bienes naturales. La investigación en el campo de las innovaciones que pueden reducir el impacto sobre el medio ambiente provocado por la producción y el consumo, deberá incentivarse eficazmente.

Una particular atención deberá atribuirse a la compleja problemática de los *recursos energéticos*[14]. Los recursos no renovables, a los que recurren los países altamente industrializados y los de reciente industrialización, deben ser puestos al servicio de toda la humanidad. En una perspectiva moral caracterizada por la equidad y la solidaridad intergeneracional, también se deberá continuar, con la contribución de la comunidad científica, a identificar nuevas fuentes energéticas, a desarrollar las alternativas y a elevar los niveles de seguridad de la energía nuclear[15]. El uso de la energía, por su vinculación con las cuestiones del desarrollo y el ambiente, exige la responsabilidad política de los Estados, de la comunidad internacional y de los agentes económicos; estas responsabilidades deberán ser iluminadas y guiadas por la búsqueda continua del bien común universal.

[13] Cf. ÍD., Carta enc. C*entesimus annus,* 40: AAS 83 (1991) 843.
[14] Cf. ID., Discurso a los participantes en la Asamblea Plenaria de la Pontificia Academia de las Ciencias (28-10-1994): L'Osservatore Romano (edición española, 4-11-1994) 20. 22.
[15] Cf. ÍD., Discurso a los participantes en un Simposio Internacional de Física (18-12-1982): L'Osservatore Romano (edición española, 27-3-1983) 8.



El País
Negocios
24-12-2015

Los consumidores españoles son los segundos europeos en la factura de la comida navideña. la consultora Nielsen anticipa que en España se gastarán 689 millones de euros en marisco, turrón, alcohol de alta graduación, carne fresca y vinos con denominación de origen (DO) durante las fiestas de final de año. Las previsiones del crecimiento del consumo de los hogares en un 3,4% en 2015 sobre el año anterior (semejante tasa no se producía desde 2007) se reflejará, sobre todo, en las tiendas de comida preparada y productos gourmet, los restaurantes y los empaquetadores de cestas navideñas.

Pistas para la reflexión personal y el diálogo en grupo

- ¿Que te sugiere la imagen anterior del festín navideño? ¿debiéramos reducir gastos en nuestras casas? ¿para qué?
- ¿Somos conscientes de nuestra responsabilidad social y moral como consumidores? ¿Conoces el comercio justo? Valóralo
- ¿Se puede vincular la falta de respeto a la naturaleza al problema del consumismo? ¿Podemos considerar su destrucción dentro de "las estructuras de pecado"?
- ¿Crees que la marcha de la economía hoy tiene en cuenta el problema ecológico? ¿Por qué?

DIÓCESIS DE SANTANDER

Centro Diocesano de Formación Teológica y Pastoral

Delegación de Apostolado Seglar

Secretariado de la Pastoral del Trabajo

CDFTP.santander@gmail.com Tfno. 942 23 74 67