



CONTENUTO: CRITERI PER SCEGLIERE

Dalla critica al consumo al consumo critico

Il primo passo da compiere è quello di prendere coscienza che il nostro consumo è un fatto che riguarda tutta l'umanità. Le nostre azioni sono le stesse di milioni di persone ed hanno conseguenze planetarie.

Il consumo può essere inquinante; proviamo a pensare all'impatto ambientale dei nostri consumi. Pensiamo all'utilizzo in agricoltura di pesticidi e fertilizzanti che avvelenano le falde acquifere, all'uso quotidiano di prodotti chimici per la pulizia della casa che avvelenano le zone di produzione con sostanze tossiche, o allo spreco di carta per tutti gli usi che provoca un impoverimento di boschi e foreste a livello planetario.

Il consumo può essere insostenibile, anzi già lo è. I danni ambientali provocati dal nostro tenore di vita (le piogge acide, il disboscamento, l'effetto serra, il buco dell'ozono, la desertificazione, ecc.) vengono pagati soprattutto dai popoli del Sud del Mondo.

Il consumo può essere opprimente per milioni di persone, perché contribuisce al loro sfruttamento.

Dietro ogni prodotto c'è una storia

Ecco allora che consumare consapevolmente significa porsi tante domande; chiedersi qual è la storia che c'è dietro al prodotto; verificare se è positiva o negativa. I prodotti hanno un'anima perché dietro di loro ci sono le persone che forse hanno sofferto per produrre quei beni, c'è un ambiente che è stato inquinato, ci sono dei diritti che sono stati calpestati, ci sono dei bambini che invece di stare in una classe sono stati costretti a lavorare, magari in situazione inumani. E non c'è demagogia in queste parole, non c'è esagerazione: ci sono tante storie vere, storie di sofferenza ed ingiustizia.

Consumare criticamente significa andare a fare la spesa con la consapevolezza che un prodotto può avere anche una storia pulita alle spalle, ma l'impresa che lo ha prodotto spazia anche in altri settori e produce altri prodotti la cui storia invece non è così accettabile. E' necessario, quindi, oltre a fare un'analisi della storia del prodotto, fare anche un'analisi dell'impresa prima di comprare qualsiasi cosa. In concreto il consumo critico consiste nella scelta dei prodotti non solo in base al prezzo e alla qualità, ma anche in base alla storia dei prodotti stessi e al comportamento delle imprese che ce li offrono. Scartando i prodotti che non rispettano l'uomo e l'ambiente, invio alle imprese un messaggio chiaro: comunico loro che non sono d'accordo con quello che stanno facendo e lo faccio utilizzando le loro stesse regole economiche e la loro stessa lingua, cioè i soldi.

Padre Alex Zanotelli, parlando di consumo, ci dice che chi va al supermercato "esprime un voto per ogni prodotto che sceglie e segnala alle imprese i comportamenti che approva e quelli che condanna. L'acquisto può trasformarsi in un sostegno alle forme produttive corrette o in uno ostacolo alle altre" E' una scelta alla portata di tutti che può veramente condizionare le imprese ad una logica diversa, quella dell'etica e di un'economia al servizio dell'uomo.

Criteri per scegliere e strumenti di informazione

Si tratta ora di verificare quali sono i criteri per la scelta di un prodotto piuttosto che un altro.

Vi sono dei parametri che, come abbiamo sottolineato, si riferiscono all'impatto sociale della produzione, come le condizioni di lavoro dei braccianti, dei contadini e degli operai, il rispetto dei loro diritti fondamentali, l'impiego di lavoro minorile. Ma anche la produzione di armi, il rapporto dell'impresa con regimi oppressivi o l'abuso di potere.

Vi sono poi dei parametri che invece fanno riferimento all'impatto ambientale della produzione, come l'inquinamento provocato dagli impianti, il consumo eccessivo di energia e di risorse non rinnovabili, la produzione e l'utilizzo di pesticidi particolarmente tossici, la violazione di leggi di tutela ambientale, la sperimentazione su animali.



Di criteri ve ne sono anche altri e il problema principale, per chi decide di consumare criticamente, è quello dell'informazione. Come faccio a sapere chi sta dietro a un prodotto e se rispetta i parametri sopra elencati?

Per scegliere è necessario sapere. Ecco l'importanza di opere come la "Guida al consumo critico" a cura del Centro Nuovo modello di Sviluppo edita dalla EMI, che raccoglie informazioni dettagliate sulle imprese che incontriamo più frequentemente nel corso della nostra spesa quotidiana. In tutto si tratta di 170 imprese di cui 100 a dimensione multinazionale e 70 a dimensione nazionale analizzate da 14 punti di vista: trasparenza, abuso di potere, terzo mondo, ambiente, armi ed esercito, vendite irresponsabili, organismi geneticamente modificati, sicurezza e diritti dei lavoratori, regimi oppressivi, illeciti e frodi, animali, etichette e pubblicità, paradisi fiscali, boicottaggio. La Guida è stata pubblicata la prima volta nel 1996, ma in questi anni è stata aggiornata più volte per renderla aderente alla realtà che muta.

Alziamo la voce

Ma le nostre azioni sono realmente efficaci?

Senza ombra di dubbio, sì! Non bisogna pensare, infatti, che le imprese siano insensibili all'azione dei consumatori. Esse sanno benissimo che il mercato sta affinando una sensibilità maggiore verso questi temi e poiché, a prescindere dalla tipologia di prodotto, l'immagine è importante per vendere e la cattiva pubblicità è il nemico numero uno delle imprese, sono disposte ad ascoltare ed a prendere sul serio ogni singola denuncia e ogni movimento organizzato di consumatori che pubblicamente denuncia una malefatta dell'impresa. Hanno paura di finire sui giornali, che la loro immagine possa essere compromessa e un'immagine compromessa alla fine si trasforma in diminuzione di vendite.

Ecco perché la denuncia è importante. Mostrare il nostro disaccordo diventa fondamentale. Così come comunicare alle aziende i motivi per cui si decide di comprare o di non comprare i loro prodotti. Esse conosceranno così le ragioni per cui i consumatori le puniscono o le premiano e sapranno quali comportamenti devono modificare o rafforzare.

L'esperienza ci dimostra che di fronte a forti mobilitazioni in questo senso le imprese sono disposte a cambiare.

Consapevolezza non solo negli acquisti

Abbiamo fin qui analizzato e cercato di dimostrare come le nostre scelte quotidiane di acquisto possono condizionare le imprese a comportamenti più equi.

Ma vi sono una serie di altre azioni e piccole regole sempre alla nostra portata, che riguardano altri settori del nostro agire "consumando" e che rappresentano forme diverse di consumo consapevole.

Le più semplici ed efficaci sono: riduzione, riutilizzo, riciclo.

Riduzione fa riferimento ad un ripensamento della quantità di beni e risorse utilizzate: dal risparmio energetico alla riduzione dei consumi superflui, dalla diminuzione dei rifiuti prodotti alla limitazione dell'uso dei mezzi di trasporto privati a favore di quelli pubblici.

Riutilizzo è invece una scelta che permette di prolungare la vita ai tanti oggetti che siamo abituati invece a buttare via quando non ancora rotti o comunque sia ancora utilizzabili, creando così inutili costi di smaltimento e spreco di risorse naturali. Prevederne la riparazione finché è possibile, permette di incidere sensibilmente sulla riduzione del nostro impatto sul pianeta.

Vi è infine il Riciclo dei materiali utilizzati, che è una misura che rispetta l'ambiente ed i bisogni delle generazioni future, considerando la limitatezza delle risorse della terra.