

Educación, globalización y consumo: una mirada crítica¹

Edgar González-Gaudiano*

En un particular enfoque, este artículo propone que esperar que el patrón de consumo cambie solo por la implementación de políticas distributivas del ingreso, postergaría medidas que ayuden a una orientación más sustentable del mismo.

Las lecciones aprendidas

Si la modificación de patrones productivos representa una razón de primer orden para lograr una mayor calidad ambiental y social en la construcción de sociedades sustentables, la transformación de los patrones de consumo reviste incluso mayor importancia. Esta apreciación ha tenido gran relieve en la polémica sobre la sustentabilidad del desarrollo, si bien la atención ha estado centrada principalmente en las desigualdades globales en el consumo. Se ha insistido en que no es posible aproximarse a la sustentabilidad sin cambiar las tendencias de ambos patrones –productivos y de consumo– pero el planteamiento ha desatendido la complejidad que supone modificar los patrones de consumo, ya que estos se encuentran en función de la oferta productiva y estilos culturales, así como del nivel y distribución del ingreso, si bien, como veremos más adelante, desde otra perspectiva, el patrón de consumo también es un interactivo espacio de disputa sobre los bienes materiales y simbólicos que produce la sociedad y las maneras de usarlos (García Canclini, 1995).

En el mundo, los patrones de consumo han constituido un escenario complejo; han existido diferentes patrones de consumo para los mismos productos en países del mismo nivel de ingreso y pueden identificarse diferentes patrones generales de consumo en economías equivalentes, al margen de ser países industrializados, economías emergentes o en desarrollo. Sin embargo, con la globalización de los procesos económicos y el impulso otorgado a este proceso por las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, estas diferencias empiezan a desvanecerse y puede observarse una marcada tendencia que, además del nivel de ingreso y su distribución, así como las pautas culturales distintivas, es la oferta productiva la que está definiendo cada vez más el patrón dominante de consumo. ¿Cómo desarrollar estrategias de consumo sustentable en el marco de esa realidad? ¿Cómo puede contribuir una educación ambiental crítica a esclarecer los caminos a transitar en este sentido?

¹ Este artículo fue proporcionado por la Dirección de Gestión Educativo Ambiental de la DGCyE.

En primer lugar, debemos partir por lo que el Instituto Indira Gandhi confirmó en 1991 sobre Investigación del Desarrollo, en cuyo informe, entre otras conclusiones, apuntaba que el consumo del mundo desarrollado es globalmente insustentable y que no resulta viable una igualación de los niveles de consumo de los países en desarrollo con los niveles y el patrón de consumo de los industrializados. La economía del mundo, como lo ha demostrado reiteradamente la metodología de la huella ecológica, no puede crecer del mismo modo en forma indefinida.

La teoría económica convencional asume que el consumo es un ámbito relativamente pasivo, mediante el cual difícilmente se pueden inducir cambios de fondo; no obstante, otros enfoques confirman que el consumo desempeña un rol determinante en la configuración y en los cambios de producción, en el destino de la inversión, la canalización del ahorro, la orientación de la innovación tecnológica y las importaciones, entre otras (Provencio, 1993). De ahí que se ha dado mayor peso al tipo de consumo al considerar que este interactúa con la estructura productiva por medio de la demanda, reconociéndose la necesidad de incidir en el patrón de consumo para superar los obstáculos estructurales del desarrollo (Kokine, 1998).

El patrón de consumo puede considerarse, entonces, como una mediación entre el nivel de ingreso y su distribución, en términos de una oferta productiva, todo ello atravesado por factores culturales que complejizan esa determinación. Esperar que el patrón de consumo cambie solo como resultado de políticas tendentes a redistribuir el ingreso, puede implicar la postergación de medidas que podrían contribuir a que el consumo adquiriera una orientación más sustentable social y ambientalmente.

Así, en la medida en que los patrones de consumo se vinculan con la indisociable relación pobreza/opulencia y, por tanto, a la distribución del ingreso y la oferta productiva, su abordaje resulta relevante al discutir los aspectos sociales de la sustentabilidad. Esto es, necesitamos centrar nuestra atención en las fuerzas que modelan el actual patrón dominante de consumo en el marco del modelo de desarrollo neoliberal.

Desde la década del 70 se apuntaba que “[...] la insistencia en la necesidad de un cambio en los estilos de consumo se ha vuelto un lugar común” (Sachs 1977, 457) y aún hoy continúa siendo válida la afirmación de Sachs de que sabemos muy poco acerca de la manera de operacionalizar el cambio en los estilos de vida.

¿Cómo impulsar una transición hacia otros patrones de consumo? Esta ha sido una pregunta recurrente no solo por la aceptación de la relativa pasividad del consumo en relación con la dinámica económica, sino también por el reconocimiento de que las propuestas no pueden caer en voluntarismos que suelen ignorar que el patrón de consumo está inmerso en un estilo de vida preconizado por la publicidad y los medios de comunicación de masas en niveles tan amplios, que no es posible esperar que los grupos de población renuncien a aspiraciones que han sido incorporadas culturalmente. Es más, un número grande de personas que no han sido beneficiadas por el actual estado de cosas, percibe la agenda del consumo sustentable como un “intento de suprimirles la oportunidad de alcanzar sus aspiraciones” (Robins y Roberts, 1998, 17), para mantenerlos de ese modo en el bajo nivel de consumo que requiere la inequitativa sociedad global.

De este modo, las propuestas que enfatizan el cambio del estilo de vida y de consumo como el elemento central de una racionalidad socioambiental no parecen considerar las resistencias culturales y económicas que ello implica. La reflexión orientada a buscar alternativas al desarrollo, particularmente en la década del 70 tuvo esa deficiencia. No obstante, las propuestas resultantes constituyen lecciones aprendidas, entre las que se encuentran las tres siguientes.

- La distribución del ingreso y la oferta productiva están estrechamente vinculadas con el patrón de consumo, por tanto cualquier cambio que se pretenda lograr en este tiene que implicar cambios en aquellas. Esto también significa que no se debe impulsar un consumo frugal o austero congelando las actuales condiciones distributivas por razones de ética social, ya que eso implicaría mantener e incluso incrementar los niveles presentes de pobreza absoluta o relativa.
- Lo anterior deriva en que el patrón de consumo dominante actual hace más difícil la superación de la pobreza, ya que se retroalimenta con la inequitativa estructura distributiva existente.
- Adicionalmente, el actual patrón de consumo tiene implicaciones ambientales muy claras y resulta insustentable en el mediano y largo plazos.

Pese a las certezas que puedan existir sobre las relaciones entre el patrón de consumo y el deterioro, esto es, pese a que el patrón de consumo actual sea incompatible con el desarrollo sustentable, no se puede o no se debe asumir una actitud autoritaria ni fundamentalista que pretenda reorientar coercitivamente dicho patrón, lo cual no significa ignorar las posibilidades reales de reorientación mediante formas democráticas y técnicamente posibles.

Por lo anterior, los cambios orientados hacia el consumo sustentable si bien pueden inducirse con medidas económicas, requieren de un apropiado sistema de valores sociales y culturales. Aquí es donde intervienen los procesos educativos. Sin embargo, en materia de educación, más allá de promover recomendaciones de buenas prácticas sustentadas en el uso de productos tecnológicos de aplicación factible (focos de luz de bajo consumo de energía, equipos ahorradores de agua, reutilización de materiales, etc.), tenemos poca claridad sobre formas operativas que nos permitan incidir en el patrón dominante de consumo de manera efectiva (Provencio, 1993).

Las experiencias existentes

La idea de sustituir o mitigar los perniciosos efectos de patrones de consumo no sustentables se encuentra en estrecha relación con la adopción de medidas dirigidas a elevar la ecoeficiencia del consumo en cuanto al uso intensivo de materiales y energía; a la generación de desechos y sus aspectos asociados como las envolturas y los embalajes; a la vida media; la reutilización y reparación de productos y su reciclamiento; a los daños en la salud humana y de los ecosistemas; al ecoetiquetado; a la búsqueda de indicadores; a las políticas de precios; a la aplicación de instrumentos económicos, y a los productos orgánicos y de uso intensivo de mano de obra de población vulnerable, entre otros. Una vertiente distinta, si bien precaria, se ha orientado a promover esquemas de comercio justo.

El gran número de experiencias que han sido documentadas, mediante las cuales la gente, en especial las amas de casa, se organizan en grupos y redes para adquirir bienes y servicios de bajo costo o que produzcan menos daños al medio ambiente, representan estrategias operativas que permiten mitigar algunos impactos sociales y ambientales de los actuales patrones de consumo. A lo largo de casi dos décadas de reflexión sobre el campo del consumo sustentable ha sido aplicada una enorme variedad de medidas creativas que han contribuido a atenuar costos económicos; a incrementar la calidad de vida; a producir menos daños al medio ambiente; a mejorar las condiciones de salud de la población, e incluso a generar oportunidades de empleo, complementando con ello los esfuerzos dirigidos a hacer ecológicamente más eficientes los procesos productivos. Todavía hay mucho que puede añadirse en tal dirección, sobre todo porque es preciso extender esas acciones mediante alianzas efectivas con grupos meta específicos que puedan identificar los elementos sustantivos de una visión compartida e insistir en un mayor compromiso por parte de las autoridades implicadas. (González-Gaudiano, 1999, 176-191).

Sin embargo, es preciso señalar que estas medidas han aportado muy poco a modificar la actual estructura distributiva global y las progresivas tendencias del deterioro ambiental. De este modo, la acción ciudadana organizada, el apoyo de autoridades locales, algunos cambios en las políticas nacionales, así como en las estrategias de negocios de ciertas empresas, constituyen contribuciones benéficas, pero en una magnitud que hoy por hoy resultan intrascendentes para modificar las principales tendencias distributivas y de deterioro ecológico, por lo que no representan parte del núcleo duro de las políticas para combatir la desigualdad social y la pobreza, ni el acelerado proceso de pérdida de la integridad del ecosistema planetario.

Dichas acciones han tenido, a mi juicio, otros resultados indeseados sumamente importantes para el cambio cultural deseado. Se trata de efectos observados durante muchos años en un grupo bastante grande de acciones promovidas por ciertos enfoques de la educación ambiental. Hablamos de esas medidas puntuales, desarticuladas, de carácter individual que no cuestionan las bases del sistema político y económico hegemónico, sino que están dirigidas a paliar algunos de los impactos negativos más aparentes, pero que producen, sobre todo en los segmentos de población más acomodados, un estado de bienestar psicológico asociado a un presunto deber cumplido. Por lo mismo, son acciones que obstruyen la organización social en torno de medidas más radicales para la justicia socioambiental (Luke, 1997, 253).

En otras palabras, si bien positivas, las acciones orientadas a fortalecer la capacidad social para hacer elecciones conscientes dentro de las condiciones existentes del mercado, no han sido suficientes para hacer una diferencia cualitativa. Ni siquiera el creciente consumo llamado verde, biológico u orgánico de ciertos productos alimentarios ha logrado incidir en una transformación de los nichos importantes del mercado, porque primero: aún involucra a segmentos muy pequeños de la población mundial; segundo, porque incluso sus precios no incorporan totalmente los costos ambientales; y, tercero, porque en numerosos productos agropecuarios hay subsidios perversos que aún se mantienen en contra de los pobres por defender intereses no sustentables.

¿Qué podemos hacer entonces? Para empezar, es preciso reconocer que el campo del consumo sustentable tiene un potencial crítico de transformación radical si no se conforma con fomentar medidas de cambio individual, puntuales y desarticuladas de un programa de mayor alcance; es decir, si no promueve una pedagogía de resultados minimalistas que, como hemos dicho, no ha hecho ni hará la diferencia que se requiere.

Es preciso impulsar una nueva redefinición de la tarea gubernamental que pueda inducir cambios a su interior y en las empresas resistentes, pero esto no se dará de manera espontánea y gratuita, necesitamos una acción ciudadana organizada, empoderada, sistemática y permanente, con una visibilidad política tal que no pueda ser ignorada por los grupos de poder y particularmente por el Estado.

El consumo sustentable debe ser posible para todos, guardando las correspondientes diferencias culturales, o no será posible para nadie. La educación ambiental para el consumo sustentable es un imperativo mayor para la población de los países desarrollados, toda vez que el cambio en los patrones insustentables de consumo en la población de los países industrializados tiene un mayor impacto global debido a la inmoral concentración del ingreso y consumo global. El discurso que se filtra continuamente en las declaraciones de las conferencias internacionales, relativo a que los países pobres por su crecimiento demográfico y sus prácticas de subsistencia y supervivencia son los principales responsables del deterioro planetario, es una simplificación injusta además de cínica, lo que no implica que el crecimiento demográfico sea un problema irrelevante.¹

Así, actuar en el nivel de impulsar el consumo sustentable significa reforzar el conjunto de prácticas orientadas a sustituir o disminuir el consumo de bienes ambientalmente críticos, tales como la gasolina, la adquisición de automóviles, la carne de res y los detergentes, entre otros, cuyo consumo se ha acentuado en los años recientes.² De impulsar una racionalidad diferente para extender un patrón de consumo orientado hacia la calidad de los productos y las condiciones de su producción, distinguiendo necesidades de deseos. Un patrón de consumo que contribuya a alcanzar una mayor equidad social y un menor *stress* ambiental, mediante procesos educativos que impulsen un pensamiento crítico acerca de cómo escoger entre varias opciones y por qué no elegir aquellas que han sido promovidas como signos de distinción social.

Pero esto tendrá el impacto limitado que hemos visto en los últimos años si no actuamos también en el nivel de reducir y modificar la oferta productiva y para ello se requiere una estrategia cualitativamente distinta, más vinculada a empoderar organizadamente a las comunidades, a darles visibilidad política y a impulsar una acción decidida en el campo de las instituciones, de las políticas públicas, del sistema impositivo y del conjunto de instrumentos económicos disponibles.

En este sentido, no es posible que la educación ambiental para el consumo sustentable ignore o deje de considerar la oferta de productos de empresas o países que inducen un consumo posicional extravagante y suntuario (García, 2004); que emplean mano de obra infantil y cautiva; que no adoptan medidas de protección ambiental en sus emisiones y sus desechos; que no son ecoeficientes; que no protegen de riesgos

laborales a sus trabajadores, que pagan sueldos miserables o que reciben exenciones fiscales, subsidios especiales y tratos preferenciales que se traducen en una competencia desleal para el resto de los países.

De igual modo, la educación para el consumo sustentable debe estar alerta a las campañas publicitarias en los medios donde la audiencia es vista como un cliente dócil para globalizar el material modo de vida de noroccidente. Esa estrategia de publicidad erosiona cualitativamente los esfuerzos emprendidos para crear condiciones favorables para el consumo sustentable (Hurtado, 1997), por lo que debe lucharse también para que sean más reguladas. Las campañas publicitarias son, por consecuencia, una contribuyente significativa del enorme incremento de la migración demográfica global al promover el uso de satisfactores y comodidades que la gente no puede obtener en sus localidades de origen, pero que desea imitar ya que se configuraron como aspiraciones sociales legítimas mediante el espectáculo de los *mass media* y la publicidad.

En el momento actual, nos guste o no, en general la gente y sobre todo los jóvenes, construyen su identidad (quién soy, adonde pertenezco, etc.) más en relación con el consumo que en las reglas abstractas de la democracia participativa, en las decadentes *esencias* nacionalistas o en la intervención colectiva en los espacios públicos. En otras palabras, nos sentimos más convocados como consumidores que como ciudadanos; el consumo se ha instalado como una mediación económica, social y cultural que nos da sentido de pertenencia y nos hace sentir diferentes en la satisfacción de las necesidades (García Canclini, 1995). El consumo de lo efímero, de la novedad incesante, de la vorágine de la moda y de las preferencias pasajeras, a partir del nomadismo de las elecciones individuales, del presentismo imprevisor y de la desterritorialización de lo propio y lo ajeno son factores insoslayables en el desafío por inducir un consumo crítico (Jickling y otros, 2006) y responsable; esto es, para transformar mediante la educación el actual patrón dominante de consumo. De ahí que no tiene mucho sentido, y menos con los jóvenes, querer fortalecer la acción local y la cohesión social recuperando tradiciones y costumbres centradas en valores no materiales, si las acciones no se inscriben en una estrategia que considere política y culturalmente las prácticas de consumo.

El consumo es hoy un rango definitorio de la identidad moderna tanto en su dimensión material como en sus aspectos simbólicos (Trímboli, 1997). De esto se desprende una conclusión tajante: frente a la magnitud del desafío no podemos pretender que la escuela sola pueda alcanzar los urgentes resultados que necesitamos; es preciso dar una lucha mucho más amplia involucrando a actores sociales claves y asumir que se trata de una larga batalla, si bien sobre todo que en esta lucha el tiempo también es una especie en extinción.

Notas

- ¹ Por ejemplo, en el Plan de Aplicación Internacional surgido de la Conferencia de Johannesburgo contiene implícitamente estos elementos discursivos en varios de sus apartados, pero particularmente en aquellos que recomiendan acciones educativas solo para los países pobres, como si la población de los países industrializados no requiriera educarse para el desarrollo sustentable.

² El consumo de la carne de res es crítico porque para producir un kilogramo de carne se requieren en promedio cinco kilogramos de grano y el equivalente energético de nueve litros de gasolina, sin mencionar la erosión del suelo, o la deforestación si esa carne se produce en áreas tropicales, así como el consumo de agua, el uso de pesticidas y fertilizantes, el agotamiento de aguas subterráneas y las emisiones de gases de invernadero (Durning, 1991; Rifkin, 1992; Lappé, 1991).

Bibliografía

- Durning, Alan, “¿Cuánto es suficiente?”, en Brown, Lester y otros, *La situación en el mundo 1991*. Madrid, Worldwatch Institute, Apóstrofe, 1991.
- García, Ernest, *Medio ambiente y sociedad. La civilización industrial y los límites del planeta*. Madrid. Alianza Editorial, 2004.
- García Canelini, Néstor, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo, 1995.
- González-Gaudiano, Edgar, “Environmental education and sustainable consumption: the case of Mexico”, en *Canadian Journal of Environmental Education*, vol 4. Canadá. 1999.
- Kokine, Mikhail (comp.), *Encouraging local initiatives towards sustainable consumption patterns*. Proceedings of the ECE workshop held in Vienna on 2-4 February 1998. Vienna, Federal Ministry of Environment, Youth and Family Affairs of Austria, 1998.
- Hurtado, M. E. (ed.), *Consumers and the environment. Meeting needs, changing lifestyles. Consumption Patterns: The driving force of Environmental Stress*. Bombay, Consumers International. Indira Gandhi Institute of Development Research, 1997.
- Jickling, Bob; Lotz-Sisitka, Heila; O’Donoghue, Rob y Ogbuigwe, Akpezi, *Educación ambiental, ética y acción: Un libro de trabajo para poner manos a la obra*. Nairobi, Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), 2006.
- Lappé, Frances, *Diet for a small planet*. San Francisco, Food First, 1991.
- Luke, Timothy, *Ecocritique. Contesting the politics of Nature, Economy, and Culture*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.
- Provencio, Enrique, “Elementos económico-sociales del desarrollo sustentable”, en Carabias, Julia y Provencio, Enrique, *Pobreza y medio ambiente*. México, Consejo consultivo del programa nacional de solidaridad. El Nacional, 1993.
- Rifkin, Jeremy, *Beyond beef: The rise and fall of cattle culture*. Nueva York, Dutton, 1992.
- Robins, N. Y Roberts, S. (eds.), *Consumption in a sustainable world*. Report of the workshop held in Kabelvag, Norway, June 2-4. London, International Institute for Environment and Development, 1998.
- Sachs, Ignacy, “El ambiente humano”, en Tinbergen, Jan (ed.), *Reestructuración del orden internacional*. México, Fondo de Cultura Económica, 1977.
- Trímboli, Juan (ed.), *Educación del consumidor, democracia y ciudadanía*. Santiago de Chile, Consumers International. Oficina Regional de América Latina y el Caribe, 1997.

Edgar González-Gaudiano

Ingeniero químico, Licenciado y Máster en Pedagogía (UNAM). Doctor en Filosofía y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España. Docente universitario. Autor de numerosos libros y artículos. Fue Presidente de la Academia Nacional de Educación Ambiental de México (2003-2004). Integra diversos Comités editoriales y Asociaciones internacionales.