

EN PLENA RESACA DEL BLACK FRIDAY, E IMBUÍDOS YA DE LA VORÁGINE NAVIDEÑA, LA CÁTEDRA DE COOPERACIÓN PROPONE UNA REFLEXIÓN SOBRE EL ACTUAL MODELO DE CONSUMO, HACIENDO ALUSIÓN AL DÍA SIN COMPRAS

Día de no comprar nada

JOSÉ MARÍA LEZA
espacio3@elperiodico.com

En este mes de noviembre nos encontramos con dos fechas señaladas en el universo de las compras. Por una parte, el pasado viernes se celebró el Día sin Compras y, a su vez, se celebraba (o más bien se consumía) el famoso Black Friday (sin olvidar que también era el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres).

La situación es muy desigual, porque acerca del Black Friday nos están bombardeando continuamente con su machacona publicidad, y el otro apenas aparece en los medios de comunicación social. De cinco años a esta parte apenas se conocía este tradición estadounidense (otra importación ajena a nuestra cultura), la cual ha dado un salto enorme, casi diría que cósmico, en el que ha pasado a ser un fenómeno de masas.

Aunque todo está rebajado, he visto en algún comercio de nuestra ciudad que ellos no hacen rebajas. Y en un artículo publicado este mismo viernes en EL PERIÓDICO DE ARAGON se hacía mención a la *cara oculta* de este acontecimiento, en el sentido que los pequeños comerciantes no están en igualdad de condiciones para competir con las grandes superficies o distribuidoras, ya que como señalaba un responsable de una tienda de productos ecológicos de nuestra ciudad, «el consumo debe ser fruto de una reflexión y convencimiento, nada que ver con una acción compulsiva de comprar con el gancho de un descuento. Y, desde luego, respetando que, quien quiera, aproveche una oferta».

Nuestras compras tienen una gran importancia, pues repercuten en otros ámbitos de la sociedad. Por eso, como dice la poeta nicaragüense Gioconda Belli, «el futuro y todo lo que sucede no nos es ajeno. El mundo continuará y su rumbo no nos es ajeno. Lo estamos decidiendo nosotros día a día, nos demos cuenta o no».

Otra cara oculta, como señala la oenegé Alboan, tiene que ver con uno de los productos estrella que más se vende en estos días, las pantallas. Casualmente, no somos conscientes de las repercusiones que tiene el comprar un determinado producto que, en la mayoría de las veces, no lo cambiamos porque esté obsoleto o inservible, sino porque nos engan-



JAIME GALINDO

El Black Friday y la cooperación al desarrollo



► Vista aérea de una fábrica de aceite de palma en la selva de Aceh (Indonesia).

Es el momento de consumir lo justo

Desde un modelo social de solidaridad transformador, reflexionamos si el modelo de consumismo que nos proponen es sostenible en esta época de cambio climático, de escasez de recursos y de ausencia de derechos humanos. Y también sobre cómo incide en los países del sur, donde se fabrican, en condiciones miserables, muchos de los productos que se ofertan en estos días. Consumir lo justo en los países del norte es una necesidad, porque nuestro consumo afecta a los demás, especialmente a los más vulnerables e invisibles.

Por ello, desde las oenegés de desarrollo y desde la propia Catedra de Cooperación para el Desarrollo de la Universidad de Zaragoza, incidimos en un consumo responsable, ético y respetuoso. Son muy conocidas las 3 'R': reducir, reutilizar y reciclar. A ellas podríamos añadir repensar, repartir, replanteamiento, reto, respuesta, riesgo, realidad y, por último, responsabilidad. Ya lo dijo Gandhi: «En la tierra hay suficiente para satisfacer las necesidades de todos, pero no tanto como para satisfacer la avaricia de algunos».

chan las ofertas tan irresistibles que nos hacen. No podemos tampoco olvidar que las necesidades creadas son ciertamente tentadoras. El mundo de la publicidad es muy sutil y persuasivo, e incide en nuestras necesidades

Ahora bien, tampoco es responsable el quedarse solo en la crítica. Hay que proponer alternativas y otras formas de consumo distintas. Desde Ideas se promueve el *Green Friday*, *bio* y *justo*, en el cual se ofrece el 0% en descuentos, porque, a juicio de esta organización de comercio justo, las cosas tienen un precio, un valor. Ideas propone no entrar en una carrera desenfrenada del consumismo en la que todo vale, y aún más si desconocemos las consecuencias de nuestro modelo de consumo.

Tampoco se debe caer en la trampa de lo bueno y lo malo, y menos entrar en un juicio maniqueísta. Nuestra actitud debe servir para reflexionar y, desde aquí, incidir para actuar en nuestro modelo de consumo voraz, que es lo realmente preocupante.

La decisión de no comprar ese día es una manera de plantear un cambio de modelo que no explote el planeta, sino que esté en paz con él.

No compremos un día, y hagamos los 364 días restantes unas compras responsables. ≡

Una mujer empuja un carrito ante un escaparate que anuncia descuentos por el Black Friday, la semana pasada, en Zaragoza.