

## **Consumo responsable, práctica de una ciudadanía ambiental**

**<sup>1</sup>Diana Marcela Escobar Cabarcas,<sup>2</sup>María Camila Fontalvo Quintana**

*<sup>1,2</sup>Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.*

---

### **Article History**

Received Jun,07th, 2020

Accepted Jun ,11th, 2020

Published Jun ,21th, 2020



© 2020 The Authors. This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution(CC-BY)license <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

### **Abstract**

El consumo responsable se fundamenta en prácticas conscientes de adquisición, utilización y disposición de bienes y servicios, mediante las cuales los ciudadanos consideran no solamente sus necesidades personales, sino también las consecuencias ambientales y sociales asociadas con sus decisiones de consumo. Desde esta perspectiva, consumir responsablemente implica mantener un equilibrio entre la satisfacción de necesidades, la utilización eficiente de recursos y la generación de cantidades manejables de residuos sólidos. Las actuales sociedades de consumo se caracterizan por ciclos acelerados de producción y sustitución de productos. Una de las prácticas asociadas con este fenómeno es la obsolescencia programada, mediante la cual determinados productos presentan una vida útil limitada o son reemplazados rápidamente por nuevas versiones. Esta dinámica puede favorecer el aumento de las ventas y la rentabilidad empresarial, pero también incrementa la utilización de materias primas y la generación de residuos. Diversos estudios han señalado que la reducción deliberada o comercialmente inducida de la vida útil de los productos puede generar consecuencias negativas para la sostenibilidad ambiental. Frente a esta situación, la ciudadanía ambiental adquiere especial importancia. Los consumidores pueden contribuir a reducir impactos mediante prácticas como evitar compras innecesarias, preferir productos duraderos, reutilizar materiales, reparar objetos, separar residuos y considerar criterios ambientales durante sus decisiones de compra. Estas prácticas requieren, sin embargo, procesos educativos que permitan desarrollar conocimientos, valores y competencias orientadas hacia estilos de vida sostenibles. El presente trabajo analiza la relación entre consumo responsable, ciudadanía proambiental, cultura ciudadana y obsolescencia programada. Se sostiene que la educación ambiental y la participación ciudadana pueden contribuir a transformar progresivamente los patrones de consumo sin eliminar necesariamente la actividad económica, sino orientándola hacia modelos de producción y consumo más sostenibles.

**Keywords:** Ciudadanía proambiental, Consumo responsable, Cultura ciudadana, Obsolescencia programada, Educación ambiental, Sostenibilidad, Residuos sólidos, Comportamiento del consumidor.

## INTRODUCTION

El consumo constituye una actividad esencial para el funcionamiento de las sociedades contemporáneas. Las personas adquieren alimentos, ropa, dispositivos tecnológicos, servicios y numerosos bienes necesarios para desarrollar sus actividades cotidianas. Al mismo tiempo, el consumo representa uno de los principales motores de la actividad económica debido a que estimula la producción, el empleo y la circulación de bienes y servicios. Sin embargo, los patrones de consumo también producen importantes consecuencias ambientales. La fabricación de productos requiere materias primas, energía, agua y procesos industriales. Posteriormente, el transporte y comercialización generan nuevas demandas de recursos y emisiones. Finalmente, cuando los productos dejan de utilizarse, pueden convertirse en residuos que requieren tratamiento, reutilización, reciclaje o disposición final. Por esta razón, el consumo no puede analizarse únicamente desde la perspectiva económica. También posee dimensiones ambientales, sociales y culturales.

El concepto de consumo sostenible surge precisamente como respuesta a esta problemática. El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente ha señalado que la transformación hacia patrones sostenibles de consumo y producción requiere políticas capaces de reducir impactos ambientales y utilizar los recursos de manera más eficiente. El consumo responsable amplía esta perspectiva al destacar el papel del individuo.

Cada decisión de compra representa una elección entre diferentes productos, materiales, empresas y sistemas productivos. Cuando un consumidor selecciona un producto duradero, reutilizable o reparable, puede contribuir indirectamente a reducir la utilización de nuevos recursos. Por el contrario, cuando predominan hábitos de reemplazo frecuente y adquisición innecesaria, aumenta la presión sobre los sistemas de producción y gestión de residuos. Jackson argumentó que el debate sobre consumo sostenible requiere analizar críticamente la relación tradicional entre mayores niveles de consumo y bienestar. Algunas aproximaciones sostienen que reducir determinadas formas de consumo material puede generar beneficios ambientales sin necesariamente disminuir la calidad de vida. Dentro de esta problemática aparece la obsolescencia programada. La reducción intencional o estratégica del periodo de utilidad de determinados bienes puede incentivar ciclos de reemplazo cada vez más rápidos. Esto resulta especialmente visible en productos tecnológicos y electrónicos, aunque puede presentarse también en otros sectores. Satyro y colaboradores analizaron los efectos de la corta vida útil de los productos sobre la sostenibilidad y plantearon la necesidad de avanzar hacia diseños orientados a una mayor duración y actualización. Frente a estos desafíos, la ciudadanía ambiental representa una dimensión fundamental. Ser ciudadano ambiental implica reconocer que las decisiones individuales poseen consecuencias colectivas. De esta manera, el consumidor deja de actuar exclusivamente como comprador y comienza a asumir responsabilidades relacionadas con el ambiente y el bienestar de las futuras generaciones. La educación constituye una herramienta fundamental para desarrollar esta conciencia. UNEP ha destacado que la educación para el consumo sostenible puede ayudar a las personas a adoptar estilos de vida más responsables, identificar alternativas y participar activamente en decisiones relacionadas con sostenibilidad. El presente artículo analiza el consumo responsable como una práctica asociada con la ciudadanía ambiental y examina su relación con la cultura ciudadana, la generación de residuos, la obsolescencia programada y la educación proambiental.

### **Consumo responsable y sostenibilidad ambiental**

El consumo responsable puede definirse como un comportamiento mediante el cual los individuos consideran las consecuencias ambientales, económicas y sociales de sus decisiones de compra. Este enfoque no implica necesariamente eliminar el consumo. El objetivo consiste en transformar la manera en que los productos son seleccionados, utilizados y descartados. Un consumidor responsable puede plantearse diferentes preguntas antes de adquirir un producto:

¿Realmente necesito este producto?

¿Cuánto tiempo puede utilizarse?

¿Puede repararse?

¿Existen alternativas reutilizables?

¿Qué cantidad de residuos genera?

¿La empresa utiliza prácticas sostenibles?

¿Existe una alternativa local?

Estas preguntas introducen criterios adicionales a variables tradicionales como precio, marca o apariencia.

El consumo responsable puede organizarse alrededor de varias prácticas.

### **Reducción**

Reducir significa evitar adquisiciones innecesarias.

Cuando un producto todavía cumple adecuadamente su función, reemplazarlo exclusivamente por razones de moda puede generar residuos adicionales.

### **Reutilización**

La reutilización permite prolongar el tiempo durante el cual un producto permanece en circulación. Un objeto puede ser utilizado nuevamente por el propietario original o transferido a otra persona.

### **Reparación**

La reparación constituye una alternativa al reemplazo.

Cuando los productos poseen diseños reparables, puede extenderse considerablemente su vida útil.

### **Reciclaje**

Cuando un producto ya no puede utilizarse, determinados materiales pueden recuperarse mediante procesos de reciclaje.

No obstante, el reciclaje debe considerarse como parte de una estrategia más amplia.

La prevención y reducción de residuos suelen ofrecer ventajas porque evitan que los materiales se conviertan inicialmente en desechos.

*Table 1: Prácticas asociadas con el consumo responsable*

| Práctica                 | Acción del consumidor               | Beneficio potencial               |
|--------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| Reducir                  | Evitar compras innecesarias         | Menor uso de recursos             |
| Reutilizar               | Utilizar nuevamente productos       | Mayor vida útil                   |
| Reparar                  | Corregir fallas antes de reemplazar | Reducción de residuos             |
| Reciclar                 | Separar materiales aprovechables    | Recuperación de recursos          |
| Compartir                | Utilizar bienes de manera colectiva | Menor demanda de nuevos productos |
| Comprar responsablemente | Seleccionar bienes duraderos        | Incentivo a producción sostenible |

### **Ciudadanía ambiental y cultura proambiental**

El concepto de ciudadanía tradicional se encuentra asociado con derechos y deberes dentro de una sociedad.

La ciudadanía ambiental incorpora responsabilidades relacionadas con la protección del entorno natural.

Desde esta perspectiva, el ambiente deja de ser considerado exclusivamente como responsabilidad de gobiernos o empresas.

Los ciudadanos también participan mediante sus decisiones cotidianas.

Una persona puede desarrollar comportamiento proambiental mediante acciones como:

- Separación de residuos.
- Ahorro de agua.
- Uso eficiente de energía.
- Reducción de plásticos de un solo uso.
- Utilización de transporte sostenible.
- Compra de productos duraderos.
- Reutilización.
- Participación en iniciativas ambientales.

Estas prácticas pueden parecer pequeñas cuando se observan individualmente. Sin embargo, cuando son adoptadas por amplios sectores de la población pueden modificar patrones de demanda y generar cambios significativos. La ciudadanía ambiental también posee una dimensión colectiva. Los ciudadanos pueden participar en organizaciones, actividades comunitarias y procesos de educación ambiental.

Pueden exigir mejores sistemas de reciclaje o impulsar políticas de protección ambiental.

El consumo responsable constituye una expresión específica de esta ciudadanía. Cada decisión de compra puede interpretarse como una forma de participación dentro del mercado. Si los consumidores comienzan a valorar durabilidad, reparabilidad y sostenibilidad, las empresas pueden encontrar nuevos incentivos para adaptar sus productos. Por ello, ciudadanía ambiental y transformación económica no necesariamente representan objetivos opuestos. La sostenibilidad puede generar nuevas actividades económicas relacionadas con reparación, reutilización, producción limpia, ecodiseño y reciclaje.

### **Cultura de consumo y obsolescencia programada**

Las sociedades contemporáneas presentan una fuerte cultura orientada hacia la adquisición y renovación de bienes. La publicidad, la innovación tecnológica y las tendencias sociales pueden generar la percepción de que determinados productos deben sustituirse frecuentemente. Dentro de este contexto aparece la obsolescencia programada. Este concepto describe estrategias mediante las cuales la duración funcional, técnica o percibida de un producto puede limitarse para estimular su reemplazo. La obsolescencia puede adoptar diferentes formas.

### Obsolescencia técnica

El producto deja de funcionar debido a la falla de determinados componentes.

### Obsolescencia tecnológica

Aparece una nueva tecnología que hace menos funcional o compatible la versión anterior.

### Obsolescencia psicológica

El producto continúa funcionando, pero el consumidor lo percibe como anticuado debido a cambios en moda o diseño.

### Obsolescencia por incompatibilidad

Actualizaciones o cambios en sistemas pueden reducir la utilidad de dispositivos anteriores.

Investigaciones sobre comportamiento del consumidor han encontrado que la percepción de obsolescencia programada también puede afectar negativamente el valor que los consumidores atribuyen a los productos y su disposición a pagar. Desde una perspectiva ambiental, la principal preocupación es la aceleración del ciclo de reemplazo. Cuando un producto se utiliza durante menos tiempo, deben fabricarse más unidades para mantener el mismo nivel de servicio a lo largo del tiempo. Esto incrementa la demanda de materias primas. También genera mayores cantidades de residuos. Los dispositivos electrónicos representan un ejemplo particularmente importante debido a la diversidad de materiales utilizados en su fabricación.

Por ello, la durabilidad debería considerarse como una característica relevante del diseño sostenible.

*Table 2: Tipos de obsolescencia y efectos*

| Tipo             | Característica                           | Posible consecuencia    |
|------------------|------------------------------------------|-------------------------|
| Técnica          | Falla prematura del producto             | Reemplazo frecuente     |
| Tecnológica      | Aparición de nuevas tecnologías          | Sustitución del equipo  |
| Psicológica      | Cambio de moda o percepción              | Compra innecesaria      |
| Incompatibilidad | Software o accesorios dejan de funcionar | Reducción de utilidad   |
| Comercial        | Promoción constante de nuevas versiones  | Aceleración del consumo |

### Generación de residuos y efectos ambientales

El aumento del consumo se encuentra directamente relacionado con la generación de residuos.

Cada producto atraviesa un ciclo que incluye extracción de materias primas, fabricación, distribución, consumo y disposición final. Por esta razón, el impacto ambiental comienza mucho antes de que el objeto llegue al consumidor. La extracción de recursos puede generar pérdida de biodiversidad, alteración del suelo, consumo de agua y emisiones. Los procesos industriales requieren energía. El transporte también produce impactos. Cuando el producto deja de utilizarse, aparece un nuevo desafío. Los residuos pueden terminar en vertederos, sistemas de incineración o espacios donde no reciben tratamiento adecuado. Algunos materiales pueden permanecer durante largos periodos sin degradarse. Otros pueden contener sustancias potencialmente contaminantes. Por ello, el consumo responsable busca reducir el volumen de residuos desde el inicio.

La jerarquía de gestión puede expresarse conceptualmente de la siguiente forma:

**Prevenir → Reducir → Reutilizar → Reparar → Reciclar → Disponer**

La prevención ocupa la primera posición porque evita la producción innecesaria de residuos.

El reciclaje continúa siendo importante, pero requiere sistemas adecuados de separación y procesamiento.

UNEP ha destacado que los patrones sostenibles de producción y consumo son necesarios para preservar los recursos naturales y mantener la capacidad del planeta para satisfacer necesidades humanas y actividades económicas.

### Educación ambiental como instrumento de transformación

El cambio hacia patrones de consumo más responsables requiere educación.

La información permite que los ciudadanos comprendan la relación existente entre sus decisiones cotidianas y los problemas ambientales. La educación para el consumo sostenible no debe limitarse a explicar conceptos. Debe desarrollar habilidades para tomar decisiones. Los estudiantes pueden aprender a comparar productos considerando factores como:

- Durabilidad.
- Necesidad real.
- Materiales.
- Posibilidad de reparación.
- Cantidad de embalaje.
- Consumo energético.
- Posibilidad de reutilización.

La escuela constituye un espacio especialmente importante porque permite formar hábitos desde edades tempranas. Las actividades educativas pueden incluir proyectos de separación de residuos, reutilización de materiales, huertos escolares, campañas ambientales y análisis de productos. UNEP publicó orientaciones específicas sobre educación para el consumo sostenible, destacando la necesidad de integrar estas competencias en los sistemas educativos y proporcionar a los ciudadanos herramientas para adoptar estilos de vida más sostenibles. La educación familiar también resulta importante. Los niños observan los comportamientos de consumo de padres y familiares. Si dentro del hogar existe una cultura de reparación, reutilización y reducción de desperdicios, estas prácticas pueden normalizarse. Los medios de comunicación también ejercen una influencia significativa. Pueden promover comportamientos de consumo intensivo, pero también pueden utilizarse para difundir información ambiental.

### **Consumo responsable y continuidad de la actividad económica**

Una interpretación equivocada del consumo responsable consiste en asumir que necesariamente implica detener el crecimiento económico. Sin embargo, la transición hacia un modelo sostenible puede modificar la naturaleza del consumo en lugar de eliminarlo. Por ejemplo, una economía basada en reparación puede generar empleo para técnicos. La reutilización puede impulsar mercados de segunda mano. El reciclaje requiere empresas de recolección, clasificación y transformación. El diseño sostenible puede estimular innovación. Las energías renovables generan nuevas cadenas productivas. Por tanto, es posible mantener actividad económica mediante modelos que reduzcan la extracción y desperdicio de recursos. La transformación puede representarse mediante el siguiente cambio:

**Economía lineal: extraer → producir → consumir → desechar**

hacia:

**Economía circular: reducir → diseñar → producir → usar → reparar → reutilizar → reciclar**

El consumidor ocupa una posición importante dentro de este proceso.

Sus decisiones pueden estimular determinados modelos empresariales.

Cuando existe demanda por productos duraderos, las organizaciones poseen mayores incentivos para desarrollarlos.

### **Papel de las empresas en el consumo responsable**

La responsabilidad no puede recaer exclusivamente sobre los consumidores.

Las empresas determinan características importantes de los productos antes de que estos lleguen al mercado.

Entre ellas se encuentran:

- Durabilidad.
- Materiales.
- Diseño.
- Reparabilidad.
- Disponibilidad de repuestos.
- Embalaje.
- Eficiencia energética.

Por ello, el consumo responsable requiere corresponsabilidad.

Los ciudadanos pueden realizar mejores elecciones, pero necesitan productos adecuados e información transparente. Una empresa puede contribuir mediante estrategias de ecodiseño. El ecodiseño busca incorporar criterios ambientales desde la etapa de desarrollo del producto. También puede ofrecer garantías más prolongadas. Esto genera incentivos para fabricar productos duraderos. Otra estrategia consiste en proporcionar repuestos y manuales de reparación. Estas medidas permiten prolongar la vida útil de los productos. La transición de modelos basados en obsolescencia hacia modelos orientados a mayor duración ha sido identificada como una estrategia relevante para disminuir el uso intensivo de recursos.

### **Tabla comparativa entre consumo convencional y consumo responsable**

*Table 3: Diferencias entre patrones de consumo*

| <b>Dimensión</b>    | <b>Consumo convencional intensivo</b> | <b>Consumo responsable</b>           |
|---------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| Decisión de compra  | Precio, moda y deseo inmediato        | Necesidad, utilidad y sostenibilidad |
| Vida útil           | Reemplazo frecuente                   | Uso prolongado                       |
| Producto dañado     | Sustitución                           | Reparación cuando es posible         |
| Residuos            | Eliminación rápida                    | Reutilización y reciclaje            |
| Recursos naturales  | Mayor extracción                      | Uso eficiente                        |
| Papel del ciudadano | Consumidor pasivo                     | Ciudadano ambiental                  |

|                  |                         |                       |
|------------------|-------------------------|-----------------------|
| Impacto esperado | Mayor presión ambiental | Reducción de impactos |
|------------------|-------------------------|-----------------------|

### Relación conceptual entre educación y ciudadanía ambiental

El proceso puede representarse mediante la siguiente relación:

**Educación ambiental → Conciencia → Decisiones responsables → Reducción del consumo innecesario → Menor generación de residuos → Ciudadanía ambiental**

Esta relación no debe interpretarse como completamente automática. Poseer conocimiento ambiental no garantiza siempre un cambio de comportamiento. Factores como precio, disponibilidad, cultura, publicidad e infraestructura también influyen. Por ello, la educación debe complementarse con políticas y sistemas adecuados. Por ejemplo, pedir a los ciudadanos que reciclen produce resultados limitados si no existe infraestructura para separar y procesar materiales. De manera similar, recomendar productos reparables es difícil cuando los fabricantes no proporcionan repuestos.

### Discusión

El análisis realizado evidencia que el consumo responsable representa una herramienta importante dentro de la construcción de ciudadanía ambiental. Las decisiones individuales forman parte de sistemas económicos más amplios. Por este motivo, los ciudadanos poseen capacidad para contribuir al cambio, aunque no sean los únicos responsables de los impactos ambientales. La obsolescencia programada constituye uno de los desafíos más significativos porque acelera los ciclos de sustitución. Una reducción deliberada o inducida de la vida útil puede aumentar ventas en el corto plazo, pero también genera mayores demandas de materiales y mayor volumen de residuos. Los estudios anteriores a 2020 muestran que esta estrategia puede presentar efectos negativos tanto sobre la sostenibilidad como sobre la percepción del consumidor. La educación constituye una herramienta fundamental para transformar estos patrones. No obstante, no basta con explicar a los ciudadanos que deben “consumir menos”. Es necesario desarrollar capacidades para identificar mejores alternativas. El consumidor necesita aprender a diferenciar necesidad y deseo, comparar durabilidad, evaluar publicidad y comprender el ciclo de vida de los productos.

La ciudadanía ambiental implica además participación. El ciudadano puede demandar políticas que favorezcan reducción de residuos, reparación y responsabilidad empresarial. Puede apoyar sistemas de reciclaje y colaborar en iniciativas comunitarias. La responsabilidad debe distribuirse entre diferentes actores. Las empresas poseen responsabilidad sobre el diseño. Los gobiernos poseen responsabilidad sobre regulación e infraestructura. Las instituciones educativas poseen responsabilidad sobre formación. Los ciudadanos poseen responsabilidad sobre sus decisiones y comportamientos. La combinación de estos actores ofrece mayores posibilidades de generar una transformación real.

### Summary

El consumo responsable constituye una práctica fundamental para el desarrollo de una ciudadanía ambiental consciente de las consecuencias sociales y ecológicas de sus decisiones. Las sociedades contemporáneas dependen del consumo para mantener importantes actividades económicas. Sin embargo, los patrones caracterizados por compra excesiva y sustitución frecuente incrementan significativamente la utilización de recursos y la producción de residuos. La obsolescencia programada representa un elemento especialmente relevante dentro de esta problemática. Reducir deliberadamente o comercialmente la vida útil de los productos puede generar mayores tasas de reemplazo y aumentar la presión sobre los sistemas productivos y ambientales. Frente a esta situación, los consumidores pueden adoptar prácticas basadas en reducción, reutilización, reparación y reciclaje. La durabilidad debe convertirse en un criterio relevante durante las decisiones de compra. La ciudadanía ambiental implica comprender que cada elección de consumo produce consecuencias que pueden extenderse más allá del individuo. No obstante, la transformación hacia el consumo responsable no puede depender exclusivamente de decisiones individuales. Las empresas deben desarrollar productos duraderos y reparables. Los gobiernos deben establecer políticas e infraestructura que faciliten estilos de vida sostenibles. Las instituciones educativas deben desarrollar conocimientos y competencias relacionados con ciudadanía ambiental. La educación para el consumo sostenible constituye uno de los mecanismos más importantes para producir cambios culturales a largo plazo. Desde edades tempranas, los ciudadanos pueden aprender a evaluar críticamente sus necesidades y analizar las consecuencias ambientales de sus decisiones. El consumo responsable tampoco implica necesariamente detener la economía. Puede promover nuevas actividades relacionadas con reparación, reutilización, economía circular, reciclaje, innovación y diseño sostenible. De esta manera, el reto consiste en transformar los patrones de producción y consumo. Finalmente, una sociedad ambientalmente responsable requiere la participación conjunta de consumidores, empresas, gobiernos, instituciones educativas y comunidades.

La construcción de una cultura proambiental permitirá satisfacer necesidades humanas mientras se reduce la presión sobre los recursos naturales y se preservan mejores condiciones ambientales para las generaciones futuras.

### Referencias

Guiltinan, J. (2009). Creative destruction and destructive creations: Environmental ethics and planned obsolescence.

- Journal of Business Ethics*, 89(Suppl. 1), 19–28.
- Jackson, T. (2004). Negotiating sustainable consumption: A review of the consumption debate and its policy implications. *Energy & Environment*, 15(6), 1027–1051.
- Jackson, T. (2005). Live better by consuming less? Is there a “double dividend” in sustainable consumption? *Journal of Industrial Ecology*, 9(1–2), 19–36.
- Mont, O., & Plepys, A. (2008). Sustainable consumption progress: Should we be proud or alarmed? *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531–537.
- Satyro, W. C., Sacomano, J. B., Contador, J. C., & Telles, R. (2018). Planned obsolescence or planned resource depletion? A sustainable approach. *Journal of Cleaner Production*, 195, 744–752.
- Schlegelmilch, B. B., Bohlen, G. M., & Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35–55.
- United Nations Environment Programme. (2010). *Here and now! Education for sustainable consumption: Recommendations and guidelines*. UNEP.
- United Nations Environment Programme. (2014). *Sustainable consumption and production and the Sustainable Development Goals*. UNEP.
- United Nations Environment Programme. (2015). *Sustainable consumption and production: A handbook for policymakers*. UNEP.
- United Nations Environment Programme. (2015). *Sustainable consumption and production indicators for the future SDGs*. UNEP.
- Wiederhold, M., & Martinez, L. F. (2018). Ethical consumer behaviour in Germany: The attitude-behaviour gap in the green apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, 42(4), 419–429.
- Wieser, H. (2016). Beyond planned obsolescence: Product lifespans and the challenges to a circular economy. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society*, 25(3), 156–160.