

### [Herramientas de comunicación para un consumo responsable](#)

Enviado por oscar el Sáb, 05/06/2006 - 22:27

Antetítulo (dentro):

EL PAPEL CONTINUO

Sección principal:

[Movimientos](#)

Cuerpo:

#### **Texto del Centro de Investigación e Información sobre Consumo (CRIC)**

1. El CRIC nació en 1996, de unas cuantas personas que nos preguntábamos si las repercusiones de nuestro consumo podían ser contradictorias con nuestras ideas. Las organizaciones convencionales sobre consumo, como la OCU, reproducen patrones de consumo, se centran sólo en la relación calidad-precio. Al no disponer de información sobre otro tipo de consumo, decidimos crearla y difundirla. Damos charlas sobre consumo responsable, hemos publicado cuatro libros y a partir del año 2001 empezamos a distribuir la revista bimensual Opciones, editada en catalán y castellano. También colaboramos con medios alternativos y convencionales, para tratar de llevar el debate sobre el modelo de consumo a la sociedad en su conjunto.

2. El objetivo más amplio es fomentar la reflexión sobre el consumo en la sociedad en general. Nos planteamos transformar las relaciones sociedad-consumo y, en ese sentido, la información que aportamos es una herramienta más. En términos más concretos, creamos herramientas de comunicación para un consumo responsable (la revista Opciones, charlas, libros...). Tenemos en perspectiva un documental sobre consumo que haría el seguimiento de un producto, la leche, para ver toda la cadena que hay detrás de la leche envasada que compramos en el supermercado.

3. Aportar credibilidad a la información exige calidad y continuidad, y para ello es necesario la profesionalización. Ahí nos encontramos con un problema económico que nos lleva a la autoprecarización. El consumo responsable es un tema complicado e incómodo, es difícil no caer en términos de culpabilidad o en maniqueísmos. Además, es un tema muy trivializable, se está convirtiendo en un ejercicio de marketing y es difícil tener un discurso sincero.

4. Replanteamos el consumo para la liberalización de determinadas dinámicas en las que entramos por el mimetismo social (por ejemplo, ir en metro en vez de en coche te permite leer). También tratamos de partir de nuestros hábitos cotidianos y sus relaciones con problemas más grandes, por ejemplo, la guerra de Iraq se relaciona con el petróleo que a su vez se relaciona con el modelo de consumo energético. Las investigaciones que hacemos tratan de ir a lo práctico y ofrecer alternativas. En ellas entramos en contacto con diferentes grupos (cooperativas de autoconsumo, medios alternativos, grupos de investigación alternativa, grupos de economía social...).

Recuadro:

Más información: [[www.opcions.org](http://www.opcions.org)-><http://www.opcions.org>]

Temáticos:

[economía social](#)

[Consumo responsable](#)

Edición impresa:

Licencia:

[CC-by-SA](#)

Compartir:

Tipo Artículo:

Normal

Tipo de artículo:

[Normal](#)