

Consumidores y ética:

DERECHO A LA INFORMACIÓN Y DERECHOS CIUDADANOS

José Vargas Niello
Director de la Oficina Regional para América Latina
y el Caribe de Consumers International

* Directrices para la protección al consumidor de Naciones Unidas. El Consumidor, propuestas para su protección locu, 1994.

Las directrices para la Protección del Consumidor, aprobadas por la Asamblea General de Naciones Unidas, en 1995*, estipula importantes sugerencias tendientes a resguardar los derechos de los consumidores. En especial nos interesa destacar un tema muy sensible en la actual relación de mercado, como es el derecho a la información y a la protección de la vida, la salud y la seguridad en el consumo de bienes y servicios.

Las directrices ponen énfasis en que los consumidores tienen derecho a acceder a productos que no sean peligrosos, es decir a protegerse de los riesgos para su salud y su seguridad. Es así como, en el texto sancionado unánimemente por la Asamblea General, se declara que deben adoptarse medidas para garantizar que los artículos producidos por los fabricantes sean apropiados para el uso al que se destinan, que sean inocuos y que por consecuencia se deben promover y aplicar normas de seguridad y calidad apropiadas.

De lo anterior se desprende la importancia de salvaguardar el derecho de los consumidores a tener una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades de cada cual. La educación y la información de los consumidores debe por tanto cautelar la sanidad, el nivel nutricional, la prevención de las afecciones transmitidas por los alimentos, controlar la comercialización de productos peligrosos y promover el rotulado de los productos ofrecidos.

De igual manera, la Ley Modelo para la Protección al Consumidor redactada por la Oficina Regional para América Latina y el Caribe de Consumers International, plantea que es obligación de todo proveedor de bienes y servicios entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de modo tal que éste pueda tomar una adecuada y razonable elección. Estos conceptos tanto de las Directrices de Naciones Unidas como de la Ley Modelo, han sido incorporados a casi todas las legislaciones de protección al consumidor en la región.

En consecuencia, vemos cómo la comprensión de la protección al consumidor está ligada íntimamente –por un lado– con el acceso de los consumidores

productos seguros y por otra parte con su necesidad de recibir una información veraz respecto de aquellos bienes y servicios que les son ofrecidos. Por consiguiente, la legislación existente debiera tender a vigilar la operación de un mercado justo y transparente, en el cual los proveedores actúen en forma honesta a la hora de promover un producto, en el momento de transmitir la información necesaria a los consumidores.

Pero “todos sabemos que el mercado en el cual se verifican estas relaciones entre proveedores y consumidores, no es justo ni equitativo, ni se rige por valores diferentes al lucro”. En el mercado los productores y proveedores están en una posición de hegemonía, ya que por la naturaleza de su actividad, tienen la totalidad de la información y el conocimiento detallado de aquellos bienes que ofrecen. Por el contrario, los consumidores siempre están en situación de vulnerabilidad y menoscabo al desconocer la información básica respecto de los productos que necesitan adquirir.

Es en este sentido que manifestamos que en Chile y en general en América Latina persiste una situación caracterizada por la desprotección de los consumidores en mercados cada vez más desequilibrados, especialmente en cuanto a la calidad y seguridad de los bienes y servicios. A ello se suma el desmesurado crecimiento de empresas industriales o comerciales, lo cual tiende a agudizar conductas corporativas omni-potentes que se expresan en la entrega de información incompleta o ambigua y en la utilización de una publicidad con rasgos distorsionantes y abusivos, que privilegia la imposición de patrones de consumo contrapuestos a las realidades económicas y socioculturales en que vivimos.

La vulnerabilidad y desventaja de los consumidores se hace sentir en la supremacía que ejercen los productores sobre la información y las condiciones que imponen en el mercado especialmente hacia los sectores más pobres de la población. Así mismo, cuando la legislación establecida para proteger al consumidor es insuficiente o no se aplica debidamente y a conciencia, o cuando el Estado toma una posición pasiva, dejando sin una regulación explícita la relación entre proveedores y consumidores, evidenciamos la situación de fragilidad de estos últimos.

Esta desregulación en el ámbito de la producción y distribución, muestra que estamos expuestos a mercados sin conciencia social y ambiental, y que por consiguiente carecen de respuestas eficaces para resolver los grandes desafíos del desarrollo y la justicia social. Si esta circunstancia injusta no se transforma radicalmente, los consumidores quedan expuestos –entre muchas otras consecuencias– a soportar un comercio creciente de productos tóxicos, desechos contaminantes y tecnologías peligrosas.

En resumen, comprobamos que existe un manto de desconfianza y poca credibilidad en las relaciones entre productores y consumidores.

“todos sabemos
que el mercado
en el cual se
verifican estas
relaciones entre
proveedores y
consumidores, no
es justo ni
equitativo, ni se
rige por valores
diferentes al lucro”

A propósito de lo anterior, nos preguntamos por qué desde los consumidores, debemos acudir a la ética para construir una explicación y una solución a los graves problemas que enfrentamos en esta desleal relación del mercado?, y cómo el conjunto de la sociedad puede ser capaz de generar un mercado más justo y transparente, mediante una verdadera aceptación y respecto a los derechos de los consumidores?

La defensa de los derechos de los consumidores se expresa, entre otras tantas acciones, a través del desarrollo de una capacidad de valoración respecto a la calidad de los productos, tanto desde el punto de vista de la relación precio/utilidad, como de la funcionalidad por la que fueron producidos y de la inocuidad y riesgos para el consumidor. Esta apreciación se encuentra respaldada por la existencia de normas y criterios que localizan el fenómeno productivo y establecen, además, parámetros de calidad, seguridad, higiene, impacto ambiental, que tienen la obligación de ser respetados.

Como lo consideramos al principio, entre los aspectos más sobresalientes en los cuales se vulneran de manera más explícita los derechos de los consumidores, está el vínculo entre la seguridad de los productos ofrecidos en el mercado y la información respectiva que reciben los consumidores. Al respecto podemos entregar algunos ejemplos muy rotundos que expresan la forma como se sobrepasan los límites éticos en la relación producción-consumo. Todos están relacionados con el principio que expresamos como base argumental de este artículo. Nos referimos a las conductas empresariales en la producción de alimentos transgénicos, el uso de hormonas y antibióticos en la producción ganadera y la utilización de plaguicidas tóxicos.

Los transgénicos

Un tema que ha adquirido actualidad por su implicación en la seguridad alimentaria tiene relación con la biotecnología, es decir con el uso de procedimientos que utilizan células y organismos vivos para producir alimentos y productos químicos para el uso en la medicina y la agricultura. De esta línea investigativa, se desprende el uso de la ingeniería genética, como una tecnología que toma el ADN de genes de un organismo y lo introducen en otro, sea animal, planta o bacteria. De esta manipulación surgen los llamados alimentos transgénicos que no son otra cosa que semillas, cultivos o ingredientes modificados a través de este proceso.

Los cultivos transgénicos más extendidos son la soya, el maíz, la papa y el tomate, todos productos de consumo básico entre la población más pobre del continente. También se están desarrollando variedades de arroz y remolacha. La modificación genética se realiza con el fin de aumentar la resistencia de las plantas a las plagas y los herbicidas, y por tanto supone un evidente objetivo económico tendiente a bajar los costos de producción para los agricultores, y no precisamente para producir alimentos más sanos y más asequibles.

Si bien la investigación científica no ha determinado estrictamente que estos cultivos tengan consecuencias dañinas para la salud humana y para el medioambiente, se ha podido detectar con certeza, que producen alergias y resistencia a los antibióticos, y que en el caso de los cultivos pueden contaminar las plantas no transgénicas que están en su entorno, produciendo serios daños al equilibrio ecológico y a la biodiversidad.

La importancia que este problema tiene para la seguridad de los consumidores, estriba en que sin tener certeza absoluta sobre las consecuencias en la salud y el ambiente, estos cultivos no deberían ser comercializados hasta no tener conclusiones seguras sobre sus efectos a largo plazo. Esta actitud implica que los gobiernos deberían aplicar el principio de precaución, que estipula que ante los riesgos a la salud y al medioambiente, los productores deberían comprobar *a priori* la seguridad e inocuidad de los productos que comercializan.

Junto con lo anterior, como una medida de prevención y seguridad, los productos que contienen ingredientes transgénicos debería ser etiquetados clara y explícitamente como tales, para que el consumidor esté debidamente informado sobre las condiciones y características de los alimentos que adquiere.

Consumers International está promoviendo el reforzamiento de las reglamentaciones de seguridad y etiquetado sobre los alimentos genéticamente modificados, a nivel nacional e internacional, incluyendo procedimientos de seguimiento después de su entrada a los mercados, abarcando la vigilancia de eventuales repercusiones sobre la salud humana.

Este es un ejemplo paradigmático en el cual “se prueba la fragilidad ética con que actúan determinados gobiernos y por cierto las compañías transnacionales que producen estos alimentos”. Las cinco empresas que

“se prueba la
fragilidad ética
con que actúan
determinados
gobiernos y por
cierto las compañías
transnacionales
que producen estos
alimentos”

dominan la producción biotecnológica en el mundo son Astra-Zeneca, Du Pont, Monsanto, Novartis y Aventis, que en conjunto controlan el 60% de producción de pesticidas, el 23% del mercado de semillas y el 100% de semillas transgénicas. Estos gigantes corporativos tienen tanto poder como para influir en las opiniones de los gobiernos, las decisiones de los organismos internacionales, las líneas de investigación académica, e imponen sin cortapisas sus condiciones, que poco o nada tienen que ver con la protección de la salud y seguridad de las personas.

Otro asunto relacionado con la manipulación genética y la falta de transparencia en la información de los consumidores es el uso de hormonas y antibióticos en la producción de carne y leche. Es sabido que desde hace bastante tiempo se están usando anabólicos para la engorda de bovinos, porcinos y aves, con el fin de acelerar el crecimiento y aumentar la producción. La más conocida de estas hormonas es la somatropina bovina BST. Esta fue la primera hormona animal transgénica aprobada en Estados Unidos y a la vez prohibida en la Unión Europea.

El uso de hormonas en los animales, esté asociado al empleo de antibióticos, para controlar las infecciones bacterianas que sufre el animal producto del exceso de producción lechera. Como se sabe estos antibióticos rápidamente se hacen resistentes, obligando a una aplicación cada vez mayor. La consecuencia es que tanto la carne como la leche que consumen las personas tienen gran cantidad de residuos antibióticos, cuya acumulación produce una persistente resistencia de las bacterias en el órgano humano.

Aunque existen normas internacionales que tratan de controlar estas prácticas en la producción animal, es sabido que el uso de estas sustancias es común y ni los gobiernos ni las empresas productoras o distribuidoras, hacen lo necesario para resguardar la transparencia en un mercado tan susceptible como el de alimentos. La conclusión obvia es colegir que quienes utilizan elementos prohibidos con una finalidad de lucro, y que además ocultan información, no tienen ninguna conciencia ética respecto del daño que están causando a la salud y al medioambiente.

Otro ámbito en el cual es posible encontrar esta vulnerabilidad ética, es en la comercialización y uso de plaguicidas en la agricultura. El mejoramiento de la producción de especies vegetales de alto consumo, se

ve afectada por la aparición de plagas que solo pueden ser contenidas con el uso de diversos químicos, que la mayoría de las veces tienen consecuencias nocivas para la salud humana y para el medioambiente.

En la producción y uso de plaguicidas vemos nuevamente esta involución ética que hemos analizado. El problema está en que los fabricantes de estos químicos saben perfectamente que sus productos son tóxicos para el ser humano y provocan daño al medioambiente, sin embargo, al promover estos plaguicidas en los países en desarrollo, no aplican ninguna política de prevención, no informan adecuadamente, no rotulan advirtiendo de los riesgos. Tampoco se capacita a los campesinos para utilizar con seguridad determinados productos evitando así daños a su salud y su entorno. De esta manera, las empresas productoras introducen sus productos en el mercado, a costa de innumerables consecuencias perniciosas, que finalmente concluyen en la indefensión del consumidor en medio de la maraña de intereses económicos y de influencias corporativas.

Como vemos, la falta de información del consumidor y la falta de regulación en el mercado, trae como consecuencia que las grandes empresas tiendan a soslayar los comportamientos éticos, debido a que suponen que conducirse dentro de determinados marcos éticos les genera perjuicios económicos. La ética se convierte así, en un obstáculo para el empresario. Con los ejemplos expuestos, queda clara la contravención deontológica de las grandes corporaciones, al pretender beneficiarse de mayores beneficios en detrimento de la salud y seguridad de los consumidores.

En esta área de dificultad es donde se justifica la función de las organizaciones de consumidores como agentes de cambio. Es en este ámbito donde se inserta la acción ciudadana por la defensa de los derechos de los consumidores, tratando de adecuar el deber ser de los derechos del consumidor con las diferentes variables sociales, económicas, políticas, culturales, que conforman las relaciones de mercado y del consumo.

En esta perspectiva, es necesario incluir junto a la ética de las relaciones producción – consumo, la acción decisiva que juegan los derechos de los ciudadanos, como una forma de corregir la vulnerabilidad en que se encuentra consumidores frente a una sociedad o

mejor dicho a un mercado, que no permite ninguna sensibilidad hacia los derechos de las personas.

Durante los últimos años, junto con el fortalecimiento del Estado democrático, se ha desarrollado en Chile, una paulatina ampliación de la noción de ciudadanía, vinculada estrechamente a la práctica y respeto a los derechos de los consumidores.

En este sentido, la participación ciudadana, –y como parte de ella– la acción de los consumidores en la defensa de sus demandas, es la base de sustentación de una democracia social y política que se encarna en las capacidades de las organizaciones para generar procesos de cambio y abrir espacios para la realización plena de los derechos de los consumidores.

Estos factores descritos, están plenamente integrados en los principios rectores que Consumers International y el movimiento de consumidores han definido como guías de su acción. Estos se pueden sintetizar como la necesidad de trabajar por la equidad como un valor fundamental de la convivencia social. Conseguir un mercado justo y transparente, tanto en la producción como en la distribución de bienes y servicios. Cambiar los patrones de consumo y adoptar conductas acordes con el desarrollo sustentable, e incorporar la noción de participación y ciudadanía, para hacer realidad el ejercicio efectivo de una democracia, en la cual los derechos del consumidor sean ampliamente respetados.

A partir del análisis realizado y de los principios enunciados, podemos concluir que las organizaciones de consumidores pueden ser instancias articuladoras entre el Estado regulador, los empresarios y su función de proveedor, y los consumidores como usuarios de bienes y servicios ofertados en el mercado. Los consumidores están en condiciones de asumir con eficacia este cometido armonizador, porque tienen una visión más autónoma y carente de intereses (económicos y políticos) para juzgar la responsabilidad de cada parte en el proceso de consumo. Desde esta posición los consumidores pueden aportar competentemente a la construcción de una nueva forma de relación más transparente, más justa, con mayor credibilidad, en la cual las pautas éticas jueguen un papel central en las relaciones entre consumidores y proveedores.

CON texto