

## El papel activista del consumidor o Del surgimiento del 'chaneque'<sup>1</sup> femenino<sup>\*</sup>

Cristina Cázares Sánchez<sup>1\*\*</sup>

**RESUMEN:** El binomio producción-consumo establece una relación de interdependencia recíproca que obstruye la visión de los efectos o externalidades que el proceso productivo de bienes y servicios ocasiona en los entornos medioambientales donde se lleva a cabo esa producción, causando una inexistencia de causalidad y por ende de responsabilidad del consumidor por los daños realizados por la producción al medio ambiente.

El papel activista de las mujeres hacia la defensa de esos entornos debe incluirse en la toma de decisiones de un consumidor informado, de un consumidor responsable.

**Palabras clave:** Consumidor, Responsabilidad, Feminismo.

**ABSTRACT:** The production-consumption binomial establishes a relationship of dependency between both parties that obstructs the vision of the effects or externalities that the productive process of goods and services causes in the environments where this production takes place. There is a dissociation or an inexistence of causality-responsibility of the consumer a cause of the damages caused by production to Planet.

The activist role of women towards the defense of these environments must be included in the decision making of an informed consumer, of a responsible consumer.

**Keywords:** Consumer, Responsibility, Feminism.

**SUMARIO:** Introducción, 1. La otra visión del mundo económico, 2. Las preferencias del consumidor, 3. La masculinización del progreso y la feminización del activismo en México. 4. El consumo activista o la Responsabilidad integral y el holismo ecológico como solución, 5. Acciones colectivas y activismo del consumidor mexicano, Conclusiones, Fuentes de consulta.

### Introducción

La relación entre producción y consumo conlleva al análisis del proceso de elección o toma de decisión por parte de los consumidores. La teoría de la elección racional

---

\* Artículo recibido el 26 de noviembre de 2018 y aceptado para su publicación el 25 de enero de 2019.

\*\* Doctora en Derecho, Profesora Tiempo Completo Titular "A" de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México.

<sup>1</sup> El Chaneque como ser mitológico cuidador o guardián de los Recursos en selvas y bosques de Mesoamerica.

establece lineamientos medibles sobre ese proceso de análisis que realizamos los consumidores al momento de decidir sobre un bien o servicio.

El proceso de producción de un bien o servicio siempre trae externalidades medioambientales, ya sean positivas o negativas. Tal parece que son más constantes las segundas que las primeras, por ello a la llegada de una actividad económica a una comunidad, algunas voces, pudiesen levantarse. Así han surgido activistas que luchan contra los megaproyectos en cualquier área económica: minería, tala, turismo entre otras.

El consumo, aún más las preferencias del consumidor y la forma de elección son temas de la ciencias económicas, psicológicas y sociológicas. El Derecho no establece sanciones a la elección del consumidor, si protege su integridad, pero no es objeto de coacción el preferir un producto sobre otro, aun siendo ilícito, el consumo de estupefacientes no es sancionable. Ni siquiera el consumo en exceso de las bebidas alcohólicas, entendido como el hecho en sí mismo, sin que la no coacción se extienda a las consecuencias legales de los actos realizados bajo estas circunstancias, por ello el lector encontrará a lo largo de estas líneas elementos no jurídicos que influyen en la búsqueda de la protección de los bienes comunes naturales. Al respecto, el Derecho posee mecanismos procesales para representar a estos bienes comunes naturales y a los intereses del consumidor en procesos legales.

En este trabajo me enfocaré a uno de los factores sociales que influyen en la elección del consumidor: la mujer y cercanía con el círculo familiar y, a su vez, la relación entre mujeres activistas y la producción de bienes y servicios.

Ambos roles, los juega la mujer, sin premeditarlo. Respecto al primero, el rol abarca el ámbito de influencia familiar y en el segundo caso, llega al activismo por la observación real de las consecuencias de un proceso productivo en su ámbito familiar o en su comunidad. Tal vez la difusión de sus causas podría ampliar el rol de influencia en las preferencias de los consumidores o de los inversionistas para elegir de forma más responsable su consumo.

El objetivo es determinar una relación de influencia en la elección entre mujer y consumo, una relación en la cual, el sujeto femenino puede desde la óptica de la psicología y la economía conducir las preferencias del consumidor, más allá de su familia y evidenciar los procesos productivos que deterioran los bienes comunes.

Esta reflexión, pretende contribuir a la construcción de un consumo responsable de los bienes y servicios en cuya producción siempre con un fin altamente lucrativo, activa la participación social, en especial y no por limitante, de los agentes femeninos al observar el deterioro ecológico que agrava nuestra condición y nos vuelve vulnerables al Cambio Climático en México y que al final acabará incluso con la misma producción de los bienes y servicios ofertados.

## **1. La otra visión del mundo económico**

La relación producción-consumo está fundada en la ideología del progreso, de la Economía liberal que influye en el gusto del consumidor. El modelo económico

## El papel activista del consumidor o Del surgimiento del 'chaneque femenino'

estatal predominante se basa en la razón, racionalidad tecnológica-económica-científica del progreso, pero ¿en qué momento se decide seguir el paradigma europeo para construir nuestra Nación?

Después de la lucha Independista o la confrontación con el periodo Colonial, surge la necesidad de crear un nuevo concepto de Nación, de Estado, Gobierno y hasta delimitar un nuevo Territorio.

Así:

La creación de la nación en términos simbólicos y conceptuales fue la faena que concitó a las élites intelectuales postcoloniales. Un lugar común de su discurso constituyó el profundo rechazo a la herencia cultural hispánica...En un discurso dicotómico, expresado en ese conflicto entre "la oscuridad=pasado colonial" y "la luz=civilización europea", la intelectualidad optaba sin vacilaciones por las "luces" de la modernidad europea.<sup>2</sup>

Se comienza la construcción de un Estado-Nación-Moderno en nuestro País, donde el liberalismo económico funge como una de las bases sólidas para alcanzar el vertiginoso mundo del avance y el progreso, creando así una nueva realidad mexicana, donde el pensamiento dominante establecía las nuevas formas de relación<sup>3</sup> entre los agentes sociales del México Independiente, donde las culturas indígenas constantemente vilipendiadas en el México Colonial y excluidas, parafraseando a Hugo Zemelman, del pensamiento parametral español, en el México Independiente comenzarían a ser excluidas de las nuevas estructuras progresistas del pensamiento moderno mexicano.

En las culturas indígenas, la naturaleza no se identifica como el otro inerte o sujeto-objeto de la existencia humana, sino como un Cosmos activo, que envuelve al ser humano. El imaginario de estas culturas crea sujetos activos cuidadores de las criaturas naturales diversas al ser humano, éste último solo podrá utilizarlos para satisfacer sus necesidades de forma ética, pidiendo permiso a esos seres o cuidadores, así surgieron leyendas como la de los "chaneques" de quienes se afirma por un gran sector de la población originaria mexicana, existieron en gran parte de nuestro territorio nacional:

Las percepciones locales pueden ser expresadas a través de leyendas, creencias y tradiciones, además de mitos, las cuales nos ayudan para establecer límites en las conductas y prácticas

---

<sup>2</sup> Cancino Troncoso, Hugo (1999) ¿Existe una identidad cultural Latinoamericana?

Las raíces históricas del debate, en Cristoffanini, Pablo R., *Identidad y otredad*. "en el mundo de habla hispánica". Universidad de Aalborg y Universidad Nacional Autónoma de México, México, P 20.

<sup>3</sup> "El poder para poder influir refleja los modos de concreción histórica de la realidad social, por lo que debe descomponerse en dos dimensiones fundamentales: a) el poder como acceso a las instancias de decisión institucionalizadas; como espacio claramente demarcado, desde donde los diferentes grupos sociales definen sus relaciones recíprocas, y b) el poder como capacidad de creación de nuevas instancias de decisión; esto es, como rompimiento de las estructuras de dominación existentes" Zemelman, Hugo (2011), *Configuraciones Críticas*, "Pensar epistémico sobre la realidad", Siglo XXI, editores, México, P.90

construidas en la interrelación sociedad-naturaleza...Inclusive, algunas creencias pueden constituirse en instituciones sociales...<sup>4</sup>

Por muy romántico que suene el discurso, la racionalidad del Estado Moderno, no nos permite contar leyendas ni confiar a poderes sobrenaturales los cuidados de nuestro capital verde o capital natural, como hoy lo llama la Economía Verde, por ello el papel activo de los agentes sociales se vuelve indispensable para construir la resistencia a la pérdida de la Naturaleza, sin embargo, surge la pregunta ¿quién está dispuesto a aceptar tal misión? ¿quién puede encauzar los esfuerzos a una lucha contra la Modernidad? ¿es el consumidor de los productos o servicios consciente en su toma de decisiones al momento de consumir?

## 2. Las preferencias del consumidor

La teoría de la elección racional nacida en el mundo económico<sup>5</sup> con Adam Smith implica el análisis de la razón de ser de una decisión, y la observación de intereses personales o egoísmo a intereses colectivos o bien de una noción de justicia, como parte del juicio de elección de un ente biológico.

Conlleva el análisis del comportamiento del consumidor y su elección consciente sobre un bien o servicio de un productor o empresa que deteriora el medio ambiente o se ve envuelto en una disputa en la comunidad donde impacta sus actividades productivas o de servicio.

El consumidor tendrá dos variables racionales para decidir:

- a) La renta
- b) El gusto

Ambas variables no implican intereses colectivos, sino individuales. Para la Economía el decidir sobre un producto o servicio A sobre B, incide en el nivel de satisfacción completamente individual del tomador de decisiones. Entonces el gusto es propiamente una construcción social.

¿Tal vez en el gusto pueda incluirse la variable de responsabilidad social? ¿Acaso el consumo responsable solo es un gusto o modo de un sector del consumo?

Sin embargo, en el proceso de decisión existen otros aspectos generales, además de los económicos: culturales, sociales, personales y psicológicos.

El gusto encuentra su fundamento en estos aspectos.

---

<sup>4</sup>Lazos, Elena et Luisa Paré (2000), *Miradas Indígenas sobre una naturaleza entristecida*, "Percepciones del deterioro ambiental entre nahuas del sur de Veracruz", Plaza Valdés e Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, P.23

<sup>5</sup> Un amplio estudio sobre la teoría de la elección racional desde el ámbito filosófico, económico y democrático se encuentra en Rivero Casas, Jesús (2012) El cambio racional de preferencias en el proceso electoral de 2006, LXI Legislatura Cámara de Diputados, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión disponible en <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3458/3.pdf> [10/11/2018]

## El papel activista del consumidor o Del surgimiento del 'chaneque femenino'

Según Rodríguez-Rabadán,<sup>6</sup> los factores culturales incluyen las clases sociales, pero también la pertenencia a grupos sociales específicos, como es el caso de los BoBo:

Son un grupo de consumidores con un elevado nivel cultural. En su libro, "Bobos in Paradise" -"Bobos en el paraíso"- (2000), el periodista David Brooks definía a una nueva clase social triunfadora, económica y culturalmente, pero con un espíritu muy contradictorio: rebeldes como los hippies de los años sesenta pero materialistas (en el fondo) como los yuppies de los años ochenta (BOhemian & BOurgois). Urbanitas, son hombres y mujeres entre 30 y 40 años, solteros o divorciados o que viven una relación amorosa sin compartir el mismo techo. Son profesionales brillantes, independientes, con conciencia ecológica y social y amantes de las nuevas tecnologías. Buscan diferenciarse de los demás por su ideología progresista (muy a la izquierda), su nivel cultural y su oposición hacia lo ostentoso. Desde el punto de vista del consumo y contrario a lo que pudiera parecer, los BOBOS gustan del lujo discreto y refinado por lo que se rehúsan a comprar artículos de marcas reconocidas a favor de piezas únicas realizadas por artistas o empresas con materiales especiales y/o causas comprometidas. Cada objeto que compran busca reflejar su personalidad y gusto exquisito al precio que sea.<sup>7</sup>

En el caso de los *bohemian* y *bourgeois*, las variables renta y gusto se muestran en sus decisiones, son el consumidor del sector del mercado de los productos ecológicos, de comercio justo, responsabilidad social entre otros.

Por ello, tal vez, en este sector sea común encontrar a consumidores informados sobre el proceso productivo o el origen del producto o servicio que llevan a sus hogares, siendo una causa de exclusión el que la empresa produzca u oferte el servicio se vea involucrada en conflictos sociales con las comunidades con las cuales convive.

Otros factores y que resultan trascendentales para este trabajo son los factores sociales, según el autor mencionado, se encuentran los grupos de referencia, que incluyen a:

personas con influencia directa o indirecta sobre sus actitudes o comportamientos (de los consumidores-agregado de la autora) Se dividen en grupos de pertenencia o primarios y en grupos secundarios. Los grupos de pertenencia son grupos de influencia directa sobre la persona (amigos, vecinos y los compañeros de trabajo), en otras palabras, son todas las personas con las que el sujeto convive habitualmente y de una manera informal. Los grupos secundarios, por otra parte, suelen ser más formales y requieren una menor frecuencia de interacción (grupos religiosos o profesionales)<sup>8</sup>

Dentro de estos grupos de influencia, en específico los secundarios, se encuentran lo que hoy se conoce como *influencers* o líderes de opinión, en cuyos canales de redes sociales recomiendan productos para su consumo o bien desestiman el mismo ante sus seguidores.

---

<sup>6</sup> Rodríguez David-Rabadán Benito, Proceso de decisión del consumidor: Factores explicativos del visionado de películas en sala de cine de los jóvenes universitarios españoles. Universitat Internacional de Catalunya (2013). Tesis Doctoral

<sup>7</sup> Rodríguez Santoyo, Castrejón Mata y Cid Duran:(2010) *Multiculturalismo y Mercados*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2010c/738/](http://www.eumed.net/libros/2010c/738/) [11/10/2018]

<sup>8</sup>Rodríguez-Rabadán, *Op. Cit.* P. 44

Es por ello, que ante una ventana de oportunidad, las mujeres activistas, podrían lograr encausar sus esfuerzos a las preferencias del consumidor de los bienes o servicios, cuyo proceso productivo causa el deterioro que ellas mismas combaten.

### 3. La Masculinización del Progreso y la feminización del activismo en México

Es el Prometeo del Estado Moderno, quien a través de efectos colaterales o externalidades o costes sociales,<sup>9</sup> desajusta, criminaliza a la naturaleza, le otorga la calidad del otro en conflicto, un conflicto con un sujeto cuyos códigos de comunicación y racionalidad son muy diversos al del ser humano.

El Otro, el contrincante, quién por acción de un solo discurso, se convierte en el enemigo a vencer fundado en el progreso patriarcal.

La producción se vuelve invasora, dominante y transforma el entorno más inmediato a al ser humano, transforma su primer nivel de economía, la de su hogar, la usa y la desecha y surgen los excluidos del progreso, actores sociales como los ancianos de ambos sexos y la mujer, que desde su labor cotidiana se convierte la observadora puntual y en sí misma en externalidad de esta nueva realidad.<sup>10</sup>

Es la mujer que entre sus múltiples tareas de su propia realidad, recolección, cuidado de los hijos, marido, ancianos, animales, de su casa y comunidad, de su tierra se convierte en guardiana del bosque, la selva, las playas ante los evidentes escenarios de escasez. Es ella, quién acepta el reto y se convierte poco a poco y da corporalidad al nuevo Chaneque en el discurso de la Modernidad producción-consumo.

Las causas de la asunción de esta nueva tarea tienen explicaciones meramente sociales:

Las mujeres no están más cerca de la naturaleza debido a alguna afinidad psicológica o espiritual elemental, sino a causa de las circunstancias sociales en las que se encuentran-esto es, sus condiciones materiales. La desproporcionada responsabilidad de las mujeres ante la corporeidad humana se expresa en parte en el trabajo que realizan, pero también en su disponibilidad para las necesidades biológicas.<sup>11</sup>

La mujer es la primera en sensibilizarse respecto al cambio de sus condiciones de vida, caminar más kilómetros por agua, observar la fauna o flora local desaparecer, observar la aparición de terrenos infértiles. Enfermedades en su comunidad. Y así comienza a luchar una batalla donde el otro, el enemigo natural, agoniza ante el

---

<sup>9</sup> Cfr. La Tragedia de los Comunes en "The Tragedy of Commons" en Science, v. 162 (1968), pp. 1243-1248. Traducción de Horacio Bonfil Sánchez. Gaceta Ecológica, núm. 37, Instituto Nacional de Ecología, México, 1995. <http://www.ine.gob.mx/> consultado el día 8 de marzo de 2015 y **Miró Rocasolano, Pablo** (2002): *El Teorema de Coase y sus implicaciones según "El problema del Coste Social"*, en *Contribuciones a la economía de La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes*: <http://www.eumed.net/cursecon/colaboraciones/index.htm> consultado el [10/11/2018]

<sup>10</sup> Lazos, Elena et Luisa Paré (2000), *Op. Cit.* P. 105

<sup>11</sup> Mellor, Mary(2000), *Feminismo y Ecología*, trad. Ana María Palos, Siglo XXI, primera edición en español, P.227

## El papel activista del consumidor o Del surgimiento del 'chaneque femenino'

Enemigo común, un progreso excluyente, dominante y patriarcal. Con esta lucha, varias son las mujeres, que fueron en su momento identificadas como 'histéricas' o 'neuróticas', 'amas de casa con mucho tiempo libre', 'exageradas' incluso fueron minimizadas y humilladas aun cuando tuviesen estudios universitarios en ciencias, sus dichos fueron catalogados como de 'ciencias domésticas', una ciencia reservada a la condición femenina.<sup>12</sup>

En México, ejemplo de mujeres que han asumido el reto de luchar contra el progreso representado como sobreexplotación y afectación de los recursos naturales, y han liderado luchas ecológicas contra empresas específicas (sin que sean limitantes solo de carácter ejemplificativo) son:

1. Valeria Souza, Doctora y Académica de la Facultad de Ciencias cuyos esfuerzos por preservar Cuatro Ciénegas, Coahuila han sido extenuantes y reconocidos como valiosos en la lucha por el agua y sus usos, donde limitar la actividad económica predominante de siembra de alfalfa como bien de producción a la actividad lechera de una reconocida Empresa originaria de Coahuila, México, parecía una tarea titánica y de imposible solución.<sup>13</sup>
2. Guadalupe Álvarez Chulmi, Presidenta de la Asociación Cielo, Tierra y Mar (CityMar) cuyos esfuerzos se encaminan a la preservación del Arrecife, dunas costeras, y el ecosistema en Cozumel.<sup>14</sup> En contra de Fondo Nacional de Fomento al Turismo, al permitir la operación turística de consorcios en zonas de reserva, incluso manglares.
3. Marielza Izurieta Valery, Presidenta de las Mujeres Unidas por Bahía de Banderas, A.C., quién ha denunciado el cierre del acceso a las playas públicas en Nayarit y demás delitos ambientales ocasionados por los grandes consorcios turísticos en complicidad con autoridades locales.<sup>15</sup>

---

0

<sup>13</sup> Gómez Duran, Thelma (2012) La mujer que convenció a Slim de comprar un Desierto, en Domingo Universal en línea disponible en <http://www.domingoeluniver><sup>13</sup> Al respecto la historia de Rachel Carson, bióloga marina y periodista que publicó sus estudios científicos sobre los efectos de los herbicidas y pesticidas en las poblaciones de pájaros e insectos ocasiono la respuesta del gobierno de Estados Unidos y de la industria química y "consistió en burlarse de ella y tildarla de fanática sensiblera, de solterona en zapatillas preocupada por los pájaros" Cfr Mellor (2000) *Op. Cit.* P.30 [sal.mx/historias/detalle/La+mujer+que+convenci%C3%B3+a+Slim+de+comprar+un+desierto-776](http://sal.mx/historias/detalle/La+mujer+que+convenci%C3%B3+a+Slim+de+comprar+un+desierto-776) publicado el día 19 de julio de 2012, [10/11/2018].

<sup>14</sup> Cfr Cordero Deborah (2015), Citymar documenta afectación a duna costera en Cozumel, UNIÓN Cancún, publicado el 04 de febrero de 2015, disponible en <http://www.unioncancun.mx/articulo/2015/02/04/medio-ambiente/citymar-documenta-afectacion-duna-costera-en-cozumel> consultado el día 08 de marzo de 2015; Vázquez, Jesús (2015) Semarnat aprueba la construcción de Aerogolf en QROO en el Economista publicado el 13 de enero de 2015 disponible en <http://eleconomista.com.mx/estados/2015/01/13/semarnat-aprueba-construccion-aerogolf-qroo> consultado el día [10/11/2018]

<sup>15</sup> Cfr Montes, Rodolfo (2012) Playas de Nayarit en Manos de Extranjeros, Reportaje Especial Milenio publicado el 14 de agosto de 2012 disponible en <http://rivieranayaritone.blogspot.mx/2012/08/reporte-especial-de-rodolfo-montes-del.html> [10/11/2018]

4. Existen mujeres como Eva Alarcón, secuestrada y desaparecida por defender su territorio contra las empresas del crimen organizado en Guerrero y otras activistas, desafortunadamente, asesinadas como Juventina Villa Mujica.

Defender la naturaleza del uso, explotación y disfrute de intereses empresariales que incluso no obedecen a la teoría de la elección racional, ya que al acabar con el ambiente es acabar incluso con la humanidad, incluyendo a los empresarios. Tiene un costo muy elevado por el cual pocas personas deciden actuar, por ello las mujeres 'chaneques' poseen un valor inmensurable.

Aún falta que su labor llegue al consumidor de los productos o servicios involucrados en estos conflictos, aún falta conformar al consumidor activista.

#### **4. El consumo activista o la Responsabilidad integral y el holismo ecológico como solución**

Dejar solas a las mujeres o identificar las luchas ecológicas versus la producción sin límites y calificarlas como luchas de género implica limitar o encasillar este esfuerzo de forma banal, los procesos de deterioro ambiental y la escasez de los medios naturales que fungen como bienes de producción para las actividades económicas, no sólo afectan al género femenino sino también al género masculino, los efectos de la devastación no distinguen entre hombres y mujeres, y mucho menos entre seres humanos y no humanos.

Por ello, una solución para apoyar los esfuerzos de las mujeres en estas luchas es establecer una responsabilidad colectiva, entre los agentes involucrados en estas afectaciones o problemáticas.

Así, si la oferta de bienes o servicios produce un desequilibrio en el medio ambiente, causando una afectación en el entorno de las mujeres que son impulsadas a tomar roles de activismo. No es solo una responsabilidad de la empresa productora o de servicios, sino también de su consumidor e incluso de sus inversionistas, de sus proveedores, es decir se trata de una responsabilidad extensiva.

En el binomio-producción-consumo intervienen sujetos activos que provocan en una empresa o actividad económica cambios, a ellos se les conoce como *stakeholders*<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> "La AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas), identifica como *stakeholders* " aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia". Establece la siguiente tipología de *stakeholders*, grupos de interés internos (grupos sociales que se encuentran dentro de la estructura de la organización) se encontrarían los empleados y los accionistas o propietarios y grupos de interés externos (grupos sociales no pertenecientes a la estructura interna de la organización, que se relacionan con ésta desde su independencia orgánica) serían los clientes, proveedores, competidores, agentes sociales (sindicatos, asociaciones de consumidores, grupos de opinión, etc.), administraciones públicas, comunidad local, sociedad y público en general, y el medio ambiente y las generaciones futuras" Vaca Acosta, Moreno Dominguez et al (2007) Análisis de la responsabilidad corporativa desde tres enfoques: *stakeholders*, capital intelectual y teoría institucional en Ayala Calvo J.C y grupo de investigación, Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al Futuro(pdf) disponible en <http://dialnet.uniroja.es/descarga/articulo/2234835.pdf> [10/11/2018]. P. 3134



## El papel activista del consumidor o Del surgimiento del 'chaneque femenino'

y el reconocimiento de su influencia en la organización o corporación, es la premisa de la responsabilidad social de las empresas.

Cuando son primarios o definicionales se refieren a los consumidores, accionistas o inversionistas, trabajadores; y los secundarios, se refieren a los activistas, competidores quienes pueden influenciar a los primeros.

En la producción, no sólo intervienen los empresarios productores, que no son los mismos que el inversionista; por los cambios en los factores de producción, el inversionista otorga el capital material, (dinero) para comenzar el proyecto productivo, entonces la responsabilidad social de la producción, también se hace extensiva a los inversionistas, quienes deben afrontar el dilema ético de invertir o no invertir en cierta actividad económica.

Estos inversionistas pueden ser influenciados por los activistas, y de ahí que la protección al activa del capital natural, adquiera trascendencia, por la exigencia de una decisión ética acerca de cuál proyecto productivo apoyar y cual disminuir su inversión; reevaluar los productos y servicios producidos y su posibilidad de sustitución.

Por su parte, el Empresario, a través de la ética, debe evaluar la proyección a futuro de su actividad y su conveniencia respecto a su propia existencia y el impacto de continuarla; el inversionista debe afrontar su responsabilidad ética de invertir su dinero en proyectos con mejores rendimientos para él mismo, los llamados negocios 'verdes' son un excelente nicho de inversión.

En los consumidores, una ética en la búsqueda y gestión de la información adquirida sobre el proceso de producción de bienes o servicios, pueden influir en el cambio sus hábitos de consumo, sin importar su género, a un consumo responsable.

Ser consumidor incluye una obligación derivada del acto de consumir: una obligación de decisión.

La obligación del tomador de decisiones o de una elección se basa no solo en las variables renta y gusto, sino también de observación del comportamiento de las empresas ofertantes de productos o servicios, aunque en términos de sectores de mercado los *BoBo* o burgueses y bohemios tengan una afinidad cultural a investigar acerca de los procesos de producción bajo los cuales fueron producidos los bienes o servicios que consumen.

Asimismo, el Estado debe realizar políticas públicas donde se fomente la participación activa en la toma de decisiones de los agentes pasivos de los proyectos que afectan a su ecosistema;<sup>17</sup> como es el caso de las mujeres activistas y permitir

---

<sup>17</sup> En un Estudio de Caso en la Comunidad Chamula de Chiapas sobre el control y manejo del agua, la autora concluye que "Los compromisos en materia ambiental, asumidos por el gobierno mexicano en diversas cumbres y conferencias internacionales, establecen que el país tomará medidas para incrementar la participación de las mujeres en las instancias de toma de decisiones. El rezago en el cumplimiento de estos acuerdos exige que se ensayen formas nuevas para avanzar en esta dirección. El establecimiento de la participación femenina en las instancias de toma de decisiones es un mecanismo que ha probado ser eficiente en otros ámbitos de acción. Se propone revisar la legislación ambiental en la materia desde una perspectiva de género, en particular, a la Ley de Aguas Nacionales

una gestión social o colaborativa de los bienes comunes, esto es una visión del holismo ecológico,<sup>18</sup> donde todos los agentes involucrados compartan una responsabilidad integral.

## 5. Acciones colectivas y activismo del consumidor mexicano

Los mecanismos legales para reenfocar las preferencias del consumidor no existen, ya que se trata de decisiones complejas, que con ayuda de la Economía Conductual sería posible variar el comportamiento del consumidor. La ley no sanciona una decisión deficiente en las preferencias del consumidor, esto sería contrario al artículo 5 Constitucional en México, no se puede atentar contra el albedrío de los consumidores imponiéndoles una pena por tomar decisiones adecuadas, esto sin afectación de las sanciones legales que conlleven los actos realizados bajo la influencia de estas decisiones, como la comisión de hechos ilícitos para el Derecho y su asunción de responsabilidad legal.

Sin embargo, el mero hecho de decidir un producto sobre otro, la decisión en sí misma no debe ser punible.

De tal manera, que el Derecho, no conlleva la respuesta para la variación de las preferencias del consumidor, sino otorga herramientas a las mujeres activistas para hacer visible sus causas frente a un número mayor de población.

Con la Reforma del artículo 17 Constitucional el 29 de julio de 2010, se reconoce el ejercicio de las acciones colectivas en México. Anteriormente se denominaban acciones de grupo.

Las acciones colectivas se conceptualizan como:

... un mecanismo legal que legitima a una persona física, grupo de personas, organización civil e incluso a una autoridad, a presentar una demanda en representación de un grupo determinado de individuos (unidos por una causa común), con el fin de tutelar sus intereses colectivos mediante un sólo proceso jurisdiccional, cuya resolución tendrá efectos sobre todo el grupo o colectividad.<sup>19</sup>

---

(LAN) para la incidencia en la política pública ambiental, la que podrá incluir, entre otras medidas, el establecimiento de cuotas de participación por sexo en los comités o patronatos de agua" oares, Denise. (2007). Acceso, abasto y control del agua en una comunidad indígena chamula en Chiapas: Un análisis a través de la perspectiva de género, ambiente y desarrollo. *Región y sociedad*, 19(38), 25-50. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252007000100002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252007000100002&lng=es&tlng=es). [10/11/2018]

<sup>18</sup> Al respecto, Mary Mellor escribe "...Holismo, que representa la inmanencia de la humanidad en su ecosistema en desenvolvimiento. Incertidumbre, como la condición de la existencia biológica/ecológica humana. Responsabilidad y Reciprocidad como sustitutos de las estructuras exploradoras de mediación/parasitismo. Conciencia, en un nivel profundo y espiritual y en un nivel práctico cotidiano con objeto de empezar a vivir dentro de medios sociales y ecológicos. Humildad, que refleja la necesidad que tiene la humanidad de aprender a vivir sin ilusiones de trascendencia. Un día se me ocurrió que todo esto se podría llamar HURRAH" Mellor. *Op cit.* P. 242

<sup>19</sup> Arellano Trejo, Efrén y J. Guadalupe Cárdenas Sánchez, *Acciones Colectivas en México; la construcción del marco jurídico*, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Documento de trabajo, núm 20, Cámara de Diputados, LX Legislatura, México, 2011, P. 1

## **El papel activista del consumidor o Del surgimiento del 'chaneque femenino'**

Estas acciones permiten a los agentes afectados comenzar un proceso en representación de otros afectados cuando sus intereses se vean vulnerados. En el caso del consumidor, en el artículo 26 de la Ley Federal de Protección al Consumidor se establece tal mecanismo y otorga a la Procuraduría la posibilidad de ejercer esta acción colectiva.

ARTÍCULO 26.- Cuando se realicen actos, hechos u omisiones que vulnere derechos e intereses de una colectividad o grupo de consumidores, la Procuraduría, así como cualquier legitimado a que se refiere el artículo 585 del Código Federal de Procedimientos Civiles, podrán ejercitar la acción colectiva de conformidad con lo dispuesto en el Libro Quinto de dicho Código.<sup>20</sup>

Ahora bien, se entiende como vulneración a los derechos o intereses colectivos del consumidor cuando se violenten los principios de las relaciones de consumo enumeradas en el artículo 1 del citado ordenamiento legal:

Son principios básicos en las relaciones de consumo:

I. La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor contra los riesgos provocados por productos, prácticas en el abastecimiento de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos; Fracción reformada DOF 04-02-2004 II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; III. La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen; IV. La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos; V. El acceso a los órganos administrativos con vistas a la prevención de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos, garantizando la protección jurídica, económica, administrativa y técnica a los consumidores; Fracción reformada DOF 04-02-2004 VI. El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos; Fracción reformada DOF 04-02-2004 VII. La protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos y desleales, así como contra prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el abastecimiento de productos y servicios. VIII. La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados; Fracción adicionada DOF 29-05-2000. Reformada DOF 04-02-2004, 19-08-2010 IX. El respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento; Fracción adicionada DOF 04-02-2004. Reformada DOF 19-08-2010, 05-11-2013 X. La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas, y Fracción adicionada DOF 19-08-2010. Reformada DOF 05-11-2013 XI. La libertad de constituir grupos u otras organizaciones de consumidores que, sin contravenir las disposiciones de esta ley, sean garantes de los derechos del consumidor.<sup>21</sup>

El activismo del consumidor que ejerce una acción colectiva contra un proveedor que no respeta el precio, la inocuidad del producto, o hace uso de publicidad

---

<sup>20</sup> Ley Federal de Protección al Consumidor [última reforma 25/junio/2018] disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm> [17/11/2018]

<sup>21</sup> *Ibid.*

engañoso o abusiva, es perfectamente comprensible. La Procuraduría de Defensa del Consumidor<sup>22</sup> es parte de los siguientes procesos:

1. Inversiones Nextel de México S.A. de C.V. y otras por cobros indebidos.
2. Contra Geo DF S.A de C.V, Banco INVEX IBM, Grupo Financiero y otros, por daños estructurales.
3. Corporación Geo S.A.B de C.V y filiales por incumplimiento generalizado
4. Alicia Fuente Mercado, Gallística de Occidente, Orcen Producciones, Guillermo Caballero Mora y Ticket Portal por cancelación de concierto.
5. Urbi Desarrollos Urbanos, S.A.B de C.V filiales conocidas como Urbi por incumplimiento generalizados.
6. Aero Enlaces Nacionales S.A de C.V. conocida como ViVaAerobús por incumplimiento generalizado.

Como puede observarse la base de las acciones ejercidas son el incumplimiento de los principios de las relaciones de consumo, mencionados en el artículo 1 de la Ley general de protección al consumidor y no son por cuestiones medioambientales o incluso por probable daño a la integridad del consumidor o su entorno.

No obstante, surge el cuestionamiento ¿a través de estas acciones colectivas los consumidores pueden apoyar a los movimientos de mujeres en contra de las empresas productoras de bienes o servicios?

Tal vez, en cuanto a los métodos desleales de abastecimiento establecidos en la fracción VII o en la fracción X, en cuanto a la protección de derechos de los adultos mayores, infancia, personas con discapacidad e indígenas, aquí vale la pena mencionar, que no se encuentra incluidos los derechos de las mujeres.

Es probable que no pueda iniciarse un procedimiento de acción colectiva como expresión del activismo del consumidor cuando la producción u oferta de un bien o servicio dañe al medioambiente, sin embargo, si puede a través de la información adherirse a métodos como el boicot, protestas, e incluso a un proceso de acción colectiva iniciado desde la óptica del Derecho Ambiental.

La información acerca de las consecuencias o externalidades de los procesos productivos de los bienes y servicios que vemos todos los días en nuestra cotidianeidad debe ser difundida al consumidor para efectos de tomar una decisión más reflexiva y así dejar de consumir los productos o servicios causantes de daños aunque la disgregación espacial y temporal no ayude mucho a representar en la mente de los consumidores esa relación causal entre el producto o servicio que consume y el daño realizado a una comunidad que lucha o defiende sus intereses colectivos contra esa empresa; y mucho menos a motivarle a apoyar dejando de consumir los productos y servicios.

---

<sup>22</sup> Información obtenida de <http://acolectivas.profeco.gob.mx/index.php> [17/11/2018]

## El papel activista del consumidor o Del surgimiento del 'chaneque femenino'

Esa racionalidad individualista, esa heurística<sup>23</sup> reconocida por la Ciencia Económica, es solo nuestra óptica en la toma de decisiones sobre el acto de consumo.

### Conclusiones

Tal parece que el discurso no cambia, el Estado, el Empresario, productor e inversionista y el consumidor, siguen destruyendo, acabando al otro, que irónicamente es el sujeto indispensable: la naturaleza.

La sustentabilidad económica no podrá ser alcanzada sino existe un cambio ideológico del binomio producción-consumo para acabar con la criminalización de la naturaleza y de los sujetos humanos, en su mayor parte mujeres, que construyen el discurso de su lucha para subsistir convirtiéndose en las nuevas chaneques o cuidadoras del entorno, al grado, de peligrar su integridad e incluso su vida.

El Estado debe fomentar una política económica integral de la existencia humana, reconocer la otredad necesaria para la subsistencia de la producción de bienes y servicios, así como reconocer como eje transversal el cambio climático y sus consecuencias para establecer políticas públicas de límites a la producción de ciertos bienes y productos dañinos al Planeta y el consumidor debe ser consciente de las consecuencias de su acto de consumo insostenible y que irremediamente acabará incluso con sí mismo.

### Fuentes de Consulta

- CANCINO TRONCOSO, Hugo, ¿Existe una identidad cultural Latinoamericana? Las raíces históricas del debate, en Cristoffanini, Pablo R., *Identidad y otredad. "en el mundo de habla hispánica"*. Universidad de Aalborg y Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1999.
- HARDIN, Garret, "The Tragedy of Commons" en *Science*, v. 162 (1968), pp. 1243-1248. Traducción de Horacio Bonfil Sánchez. *Gaceta Ecológica*, núm. 37, Instituto Nacional de Ecología, México, 1995, consultado el día 8 de marzo de 2015 en <http://www.ine.gob.mx/>
- LAZOS, Elena et Luisa Paré, *Miradas Indígenas sobre una naturaleza entristecida, "Percepciones del deterioro ambiental entre nahuas del sur de Veracruz"*, Plaza Valdés e Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2000.
- MELLOR, Mary, *Feminismo y Ecología*, trad. Ana María Palos, Siglo XXI, primera edición en español, 2000.
- MIRÓ ROCASOLANO, Pablo, *El Teorema de Coase y sus implicaciones según "El problema del Coste Social"*, en *Contribuciones a la economía de La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes*, 2002, <http://www.eumed.net/cursecon/colaboraciones/index.htm> consultado el [10/11/2018]

---

<sup>23</sup> Estas heurísticas son estudiadas por la Economía del Comportamiento.

- RODRÍGUEZ SANTOYO, Castrejón Mata y Cid Duran, *Multiculturalismo y Mercados*, Edición electrónica gratuita, 2010, Texto completo en [www.eumed.net/libros/2010c/738/](http://www.eumed.net/libros/2010c/738/) [10/11/2018]
- RODRÍGUEZ DAVID-Rabadán Benito, Proceso de decisión del consumidor, Factores explicativos del visionado de películas en sala de cine de los jóvenes universitarios españoles. Universitat Internacional de Catalunya, Tesis Doctoral, 2013.
- SOARE, Denise, Acceso, abasto y control del agua en una comunidad indígena chamula en Chiapas, Un análisis a través de la perspectiva de género, ambiente y desarrollo. *Región y sociedad*, 19(38), 25-50, 2007, Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252007000100002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252007000100002&lng=es&tlng=es) [10/11/2018]
- VACA ACOSTA, Moreno Domínguez, *et al*, Análisis de la responsabilidad corporativa desde tres enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoría institucional en Ayala Calvo J.C y grupo de investigación, Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al Futuro (pdf) disponible en <http://dialnet.uniroja.es/descarga/articulo/2234835.pdf> [10/11/2018]
- ZEMELMAN, Hugo, *Configuraciones Críticas*, "Pensar epistémico sobre la realidad", Siglo XXI, editores, México, 2011.

### **Hemerográficas**

- CORDERO, Deborahs, Citymar documenta afectación a duna costera en Cozumel, UNIÓN Cancún, publicado el 04 de febrero de 2015, disponible en <http://www.unioncancun.mx/articulo/2015/02/04/medio-ambiente/citymar-documenta-afectacion-duna-costera-en-cozumel> [10/11/2018]
- GÓMEZ DURAN, Thelma, La mujer que convenció a Slim de comprar un Desierto, en domingo Universal en línea, 2012, disponible en <http://www.domingoeluniversal.mx/historias/detalle/La+mujer+que+convenci%C3%B3+a+Slim+de+comprar+un+desierto-776> publicado el día 19 de julio de 2012, [10/11/2018]
- MONTES, Rodolfo, Playas de Nayarit en Manos de Extranjeros, Reportaje Especial Milenio publicado el 14 de agosto de 2012 disponible en <http://rivieranayaritone.blogspot.mx/2012/08/reporte-especial-de-rodolfo-montes-del.html> [10/11/2018].
- VÁZQUEZ, Jesús, Semarnat aprueba la construcción de Aerogolf en QROO en el Economista publicado el 13 de enero de 2015, disponible en <http://eleconomista.com.mx/estados/2015/01/13/semarnat-aprueba-construccion-aerogolf-qroo> [10/11/2018]

### **Legislativas**

**El papel activista del consumidor  
o Del surgimiento del 'chaneque femenino'**

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [última reforma 27/08/2018], disponible en <https://www.juridicas.unam.mx/legislacion/ordenamiento/constitucion-politica-de-los-estados-unidos-mexicanos#10552> [17/11/2019]

Ley Federal de Protección al Consumidor [última reforma 25/junio/2018] disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpc.htm> [17/11/2018]