

## MANIFIESTO POR UN NUEVO MOVIMIENTO ACTIVO, GLOBAL Y CRÍTICO DE LOS CONSUMIDORES

Estamos viviendo momentos decisivos, en los que es más necesario y posible que nunca un movimiento global, activo y crítico de consumidores, para evitar que la pasividad y la falta de conciencia colectiva activa, permita que sigamos siendo la pieza más débil, manipulable y perjudicada del sistema económico. La situación actual de crisis económica, social y política puede ser ese revulsivo.

Sin embargo, de las simples consecuencias económicas que traiga la crisis no se van a derivar cambios positivos para los consumidores. Hay que dar un paso más allá para aglutinar y dar coherencia al descontento articulando y respaldando propuestas concretas. En consecuencia, toda pretensión de cambio de los consumidores como ciudadanos económicos, debe pasar inexcusablemente por una organización colectiva de los mismos, orientada hacia la conquista de la modificación de las relaciones de intercambio en el mercado, de forma que dichas relaciones se alejen del principio de soberanía del productor y se acerquen al de soberanía del consumidor. Este debe ser el objetivo primero. Por eso abogamos por un consumidor activo, crítico y comprometido, que por sí mismo sepa alejarse de pautas consumistas inducidas que sólo benefician las cuentas de resultados y los sueldos de las grandes multinacionales y los dueños que las manejan, pero no a una economía que produzca bienestar para todos.

Al hablar de consumidor queremos decir, simplemente, ciudadano. La expresión consumidor refleja la posición económica del "ciudadano de a pie", sin privilegios, ni posibilidad, por sí solo, de intervenir en un sistema económico, financiero o productivo. Somos el grupo mayoritario de la sociedad y, si estuviéramos realmente unidos y conscientes de nuestras posibilidades, podríamos condicionar el rumbo de la economía general a través nuestras decisiones y acciones colectivas. Sin embargo los agentes económicos más poderosos y organizados de la actual sociedad de consumo globalizada -especialmente grandes entidades financieras y multinacionales- han conseguido que el consumidor acepte pasivamente las reglas de juego que se le han impuesto.

El devenir económico y social ha hecho necesario dar respuestas globales a los retos del consumidor para representar y defender sus derechos en los ámbitos del consumo que más afectan a su calidad de vida: energía, telecomunicaciones, sanidad, transportes y otros sectores controlados por las grandes cadenas de distribución. Son servicios que en mayor o menor medida están vinculados a la banca, al sistema financiero que cada vez controla más aspectos de la vida diaria.

Incluso se le ha hecho creer que el sistema se basa en la "soberanía del consumidor", ya que es él quien toma las decisiones de comprar productos o

adquirir servicios. Realmente estos poderosos agentes económicos no buscan satisfacer las necesidades de los consumidores, sino crear un modelo de consumidor dócil, pasivo y manipulable, que cumpla el papel que se le ha asignado de consumir insaciablemente para aumentar sus beneficios. El consumidor es la pieza más débil de un mercado que unos pocos dirigen en función de sus propios intereses que ha logrado imponer ideológica y materialmente una idea nociva y perversa de lo que se entiende por bienestar.

En efecto, la idea simplista de asimilar la posesión de bienes al triunfo social, no puede corresponderse con una visión actual y moderna de un ciudadano inteligente. Es más fácil encontrar la calidad de vida dentro de valores vinculados a la solidaridad, participación social y un uso eficiente de los recursos, buscando el equilibrio entre expectativas y disposición económica, que en unos anticuados valores asentados en el individualismo y la satisfacción en un consumo, muchas veces compulsivo e irracional alentado por mensajes absurdos e interesados que conducen hacia situaciones como las que estamos viviendo en la actualidad.

Antes de la crisis, muchos ciudadanos teníamos ya una actitud crítica ante el modelo económico-financiero. Pero ahora, el choque con la crisis y su imprevista virulencia, ha hecho comprender a la mayoría que vivían en la inconsciencia y tomaban sus decisiones económicas conociendo sólo una pequeña parte de la realidad. Por encima de ellos y fuera de su alcance, se mueve, totalmente opaco, un mundo de grandes intereses, ambiciones y maquinaciones que, falto de cualquier control, ha conducido a una crisis que tanto ha perjudicado a los trabajadores y las familias. Esta crisis ha sido producto de un determinado modelo de desarrollo, en el que han convivido la codicia, la imprevisión, el descontrol y la irresponsabilidad financiera.

La pasividad de los poderes públicos y la falta de capacidad global de respuesta de los consumidores, ha permitido que los especuladores, las entidades financieras y las grandes empresas de todo el mundo hayan disfrutado de una "opacidad globalizada" y durante años, guiadas sólo por la búsqueda de beneficios a corto plazo, hayan podido cometer las mayores irresponsabilidades y desastres económicos en una situación de absoluta impunidad y descontrol. Y son esos mismos poderes económicos, que se han enriquecido antes de la crisis, los que buscan seguir enriqueciéndose después de ella, disponiendo las recetas económicas para refundar, en su propio beneficio, el mismo sistema económico-financiero, en el que el ciudadano- consumidor, si actúa para impedirlo, puede verse cada vez más perjudicado.

Por ello creemos que solamente la acción colectiva, global y crítica de los consumidores, puede empujar el futuro hacia un nuevo modelo económico que favorezca los intereses de los ciudadanos.

## **NUESTROS OBJETIVOS SON:**

- **Impulsar un movimiento global, plural y crítico para integrar al mayor número de ciudadanos al movimiento consumerista activo.**

Es necesario impulsar la toma de conciencia del colectivo general de consumidores como agentes económicos activos, capaces de unirse y actuar para defender sus intereses, frente a las empresas, los poderes públicos y las instituciones financieras.

Para ello se quiere contribuir a la formación de un movimiento global de ciudadanos consumidores, que tomen conciencia de la importancia de estar unidos y participar activamente en la vida social, para defender sus derechos e intereses. Se trata de impulsar un movimiento abierto, activo, global, crítico y participativo, que aglutine al mayor número de consumidores. Debe ser, además, lo más lo más plural y transversal posible, para que en él puedan sentirse integrado cualquier ciudadano, al margen de su situación, opción política o cualquier otra consideración.

La puesta en marcha de este movimiento sería un paso decisivo, en un proceso de gran importancia social. De la misma forma que la economía globalizada ha afectado a los consumidores, cualquier cambio colectivo en el comportamiento y actitudes de los consumidores, pueden llegar a producir cambios muy profundos en la economía internacional.

- **Establecer redes amplias de comunicación y acción colectiva entre todos los consumidores.**

Actualmente las nuevas tecnologías, especialmente Internet y las redes sociales, ofrecen un instrumento excepcional para la comunicación directa y abierta entre todos los consumidores con el fin de intercambiar información, reflexionar, difundir propuestas y organizar actividades. Esta posibilidad debe ser utilizada al máximo, desarrollando canales permanentes de comunicación entre los consumidores de distintos países, que no estén contaminados por intereses comerciales o de ningún otro tipo.

No obstante, aunque el uso de Internet y las redes sociales es un instrumento fundamental de comunicación, la acción colectiva no debe quedarse en la red, sino que necesita que cada consumidor se convierta en un activista consumerista en su vida cotidiana, y se creen y extiendan redes no virtuales de comunicación, debate y organización de actividades colectivas.

- **Superar la tendencia de los consumidores a movilizarse solamente para reclamaciones que le afectan personalmente.**

La fragmentación del movimiento consumerista y el hecho de que los consumidores solamente se movilicen cuando se ven afectados directamente sus intereses personales, ha impedido una respuesta colectiva que hubiera sido necesaria cuando se han visto gravemente perjudicados los intereses de la mayoría de consumidores. Esta situación es causa –y también consecuencia- de la pasividad y la sensación de impotencia de estos consumidores, que, sin embargo, saben que si estuvieran unidos tendrían fuerza suficiente para hacerse oír e impedir que, como sucede actualmente, sus opiniones, derechos e intereses sean ignorados.

Las asociaciones de consumidores son imprescindibles para la defensa de intereses jurídicos concretos, individuales o colectivo de los consumidores. Pero es necesario una acción colectiva más amplia que supere los problemas señalados: la falta de movilización conjunta del movimiento consumerista, y que la mayoría de consumidores no se impliquen activamente, salvo para presentar quejas o reclamaciones cuando se han visto personalmente afectados en sus intereses.

Hay que señalar que, poco a poco, ya están cambiando las actitudes de muchos consumidores. La crisis les ha hecho entender que deben organizarse frente a los poderes públicos, las empresas y las entidades financieras. Por ello es necesario potenciar un nuevo asociacionismo basado, no solamente en la defensa de los derechos de los consumidores como individuos (tramitación de quejas o reclamaciones, resolución de problemas particulares, etc.), sino también en la contribución al esfuerzo solidario en defensa de los intereses colectivos en el ámbito nacional e internacional. Muchas organizaciones de consumidores ya han emprendido, desde hace años, este camino.

- **Un movimiento capaz de luchar por los intereses de los consumidores frente a las estrategias comerciales y publicitarias de las grandes empresas y entidades financieras.**

En la actual sociedad de consumo globalizada las grandes empresas usan y abusan de su poder económico y de medios de comunicación, así como de las técnicas de publicitarias y de marketing para dirigir el comportamiento de los consumidores en función de sus propios intereses. Para enfrentarse a ellas es necesario que un colectivo amplio de consumidores, críticos y responsables, que difunda formación e información objetiva al mayor número de ciudadanos. Se trata de lograr que cada consumidor individual sea capaz de tomar sus decisiones informado, de una forma inteligente y libre, y conociendo las consecuencias económicas, sociales, medioambientales y éticas de estas decisiones.

[criticosyactivos@hotmail.com](mailto:criticosyactivos@hotmail.com)

Se trata de equilibrar las relaciones entre el consumidor individual y las grandes empresas y entidades financieras, de forma que dejen de imponerse los intereses de los más poderosos. También se trata de lograr que se establezcan mecanismos públicos de vigilancia y control para defender los intereses sociales en el funcionamiento de la economía general. Estos controles deben evitar que las Instituciones Financieras y las grandes empresas puedan funcionar, en la búsqueda de su propio beneficio, de forma opaca, al margen de las normas o en perjuicio del colectivo general de consumidores/ciudadanos. Deben exigirse responsabilidades a las personas o entidades que se han enriquecido injustamente, causando graves perjuicios al colectivo general de ciudadanos.

Otro objetivo específico es la desaparición de cualquier privilegio o abuso de los que detentan los poderes económicos o públicos frente a los ciudadanos "de a pie". En este apartado debe incluirse, por ejemplo, las exenciones o desigualdades no justificadas en la tributación, la evasión de impuestos, la economía sumergida, y, singularmente, los "paraísos fiscales", donde algunos de los más ricos evaden impunemente las obligaciones que se imponen al resto de ciudadanos.

- **Actuar unidos, sin dejar que las ideologías o las opciones políticas dividan a los que compartimos los mismos intereses y problemas.**

Todos los ciudadanos/consumidores, sea cual sea nuestra ideología o nuestro voto, nos hemos visto afectados por la crisis, pasamos por similares dificultades y problemas, y compartimos los mismos intereses. Cualquier consumidor "de a pie" tiene mucho más en común con quien se encuentra en su misma situación (sea o no de su misma ideología), que con quien detenta el poder económico y político (sea cual sea su ideología). La actuación política es una necesidad para el funcionamiento del Estado, pero también es igualmente necesario que los consumidores seamos capaces de estar unidos, por encima de las ideologías o los partidos, para que se tengan en cuenta nuestros intereses y nuestra voz.

Además, un colectivo de consumidores activo y movilizado, será una fuerza permanente de vigilancia de la acción de los políticos, que suelen preferir ciudadanos dóciles, que les voten en las elecciones, y que después permanezcan pasivos y callados o distraídos en cuestiones secundarias. De esta forma se podrá lograr que las disposiciones en materia económica y de consumo se realicen en función de sus repercusiones sobre el bienestar y la calidad de vida del colectivo general de consumidores, y no por las interferencias o el poder político y económico de las grandes empresas.

- **La formación como consumidores activos y responsables en nuestra mayor fuerza: conocer y entender lo que está pasando en el mundo en que vivimos.**

Uno de nuestros objetivos esenciales es impulsar la formación de los consumidores, para que cada vez más seamos más capaces de entender la realidad económica del mundo en que vivimos y las repercusiones, individuales y colectivas, de nuestro comportamiento.

La formación de adultos, jóvenes y niños, como consumidores informados, críticos, inteligentes y responsable es esencial para que seamos capaces de enfrentarnos a las manipulaciones o engaños comerciales o publicitarios, entendiendo la sociedad de consumo de la que formamos parte y contribuyendo, con nuestras acciones, a mejorarla.

- **Un movimiento amplio, abierto, y suficientemente organizado**

Los consumidores, con nuestras decisiones de compra aisladas e individualizadas, no podremos nunca influir decisivamente hacia aun modelo de producción socialmente responsable, justo, solidario y coherente, que atienda las necesidades sociales y no se base en la mera especulación. Para eso es fundamental organizarse colectivamente de una forma amplia.

Con el movimiento que proponemos no se trata de crear una entidad o asociación más, sino de impulsar un movimiento de base, en la que el consumidor se sienta libre y protagonista. Este consumidor no debe ser un receptor pasivo de recomendaciones o consignas, ni un apoyo para un ideario preestablecido, sino un individuo que participe activamente en la toma de decisiones colectivas.

Aunque este movimiento pueda necesitar una mínima estructura organizacional, para poder funcionar y ser eficaz, debe ser una red horizontal de consumidores individuales, que se movilicen altruista y solidariamente a favor los intereses colectivos. Por lo tanto, es esencialmente, un movimiento abierto y participativo.

- **Un nuevo modelo de desarrollo económico más justo, sostenible y beneficioso para todos.**

Con la crisis han ganado apoyos y argumentos las voces que cuestionan el actual modelo de desarrollo económico y plantean la necesidad de buscar un modelo de desarrollo humano, menos consumista, más pleno y más sostenible. A medida que el modelo social basado en el consumismo globalizado y el capitalismo descontrolado se extiende por todo el mundo, impuesto como la única vía posible de desarrollo económico, se ponen también de manifiesto sus consecuencias más negativas: desarrollo no sostenible, daños medio ambientales, materialismo e individualismo extremo, pérdida de valores sociales y culturales, deterioro del bienestar y los servicios públicos, etc.

Ya antes de comienzo de la crisis financiera, el modelo económico general de la sociedad de consumo se encontraba con grandes problemas que exigían un

cambio de rumbo, debido al agotamiento de recursos, sus graves efectos medioambientales, su insostenibilidad y los efectos negativos de algunos de los valores y hábitos que ha traído consigo.

Es evidente que muchos de los hábitos de consumo y modos de vida que se han implantado en nuestra sociedad son claramente incompatibles con el mantenimiento de nuestro entorno medioambiental a corto o medio plazo. Esta crítica "ecologista" a la sociedad de consumo ha dejado de ser patrimonio de una minoría, más o menos concienciada, para convertirse en una realidad innegable, avalada por las investigaciones científicas más serias y desapasionadas. Resulta, pues, necesario lograr un desarrollo económico sostenible, es decir dentro de los límites que impone nuestro planeta. Esto supone transformar el consumo excesivo y descontrolado, en un consumo sensato y responsable y que el ciudadano tenga en cuenta las repercusiones medioambientales, sociales y éticas de sus decisiones y comportamientos como consumidor.

No creemos que solamente exista un modelo de desarrollo económico. La crisis ha puesto de manifiesto que existe un modelo de crecimiento económicos descontrolado e insostenible que solamente favorecen los intereses de una minoría. Nuestro propósito como consumidores es participar activamente para lograr que, tras la crisis, pueda avanzarse hacia un nuevo modelo de consumo y desarrollo económico más sostenible, responsable y beneficioso para todos los consumidores.

El papel que están llamados a cumplir los consumidores en este cambio es esencial. Al margen de decisiones aisladas como consumidor, hay que ser consciente de que solamente seremos capaces de influir en el modelo productivo si lo hacemos de manera organizada: enfrentándonos colectivamente, apoyando a nuestras asociaciones y participando activamente en sus reivindicaciones y campañas de protesta, exigiendo una política que fomente inversiones en sectores sociales sostenibles.