

HUELGA DE CONSUMO A LAS TRANSNACIONALES EL #15OCTUBRE 2012

Nombre de la acción que se propone

Huelga de consumo a las transnacionales el #15Octubre 2012 (con especial atención a las multinacionales de la alimentación)

Nombre de la organización, grupo o red que propone la acción

Research & Degrowth – - Decreixement Acampada - Menja Just

Web de la organización

<http://www.facebook.com/pages/Menja-Just-a-la-UAB/250944361643367>

<http://menjajustuab.wordpress.com/>

www.degrowth.org

Descripción y justificación de la acción

El 15O de 2011 mostró la capacidad de movilización de la ciudadanía mundial. Ahora hay que pasar de la indignación a la acción, que une e inspira el movimiento.

Se propone una huelga general de consumidores a los productos y servicios de las multinacionales. Las grandes corporaciones transnacionales (financieras, de la comunicación, energéticas, farmacéuticas, de telecomunicaciones, agroalimentarias, etc.) fundamentan su posición, su poder y su existencia en el consumo de sus productos y servicios por la población.

Un grupo de 10 transnacionales concentran la producción de la industria agroalimentaria mundial. Estas transnacionales alimentarias son las responsables de un modelo de producción agrícola que sobre explota los recursos naturales, los malbarata y los contamina, que ahoga las comunidades locales y las empobrece, que inunda el mercado y destruye el tejido productivo y de distribución local...

Aunque el día sin compras mundial se ha organizado durante años todavía permanece de forma marginal. En ciertos momentos el movimiento de los indignados y diferentes grupos han realizado llamamientos a una huelga de consumo pero la acción no se ha acompañado por un proceso que pudiera devenir un movimiento de masas, tal y como se propone.

Dejar de comprar significa no cooperar, retar al poder económico de las grandes corporaciones. Una huelga de consumo tiene el potencial de fortalecerse en un entorno de trabajo y recursos escasos por la vía de fomentar la cooperación y la liberación de presiones a los recursos naturales. Es una estrategia de resolución de la crisis que se fundamenta en la reducción del consumo, el reparto del trabajo y los bienes, la solidaridad y la economía local, aspectos que están fuera del paradigma existente.

Se propone una huelga de consumo a los productos de las multinacionales con el objetivo de abrir el movimiento a una mayoría de la ciudadanía. Esto reclama un amplio apoyo de las ONGs, sindicatos, la realización de material educativo (adhesivos, trípticos y una web) y la organización de eventos y acciones preparatorias.

Resultado concreto que se espera de la acción

Miles, millones de personas, dejan de comprar productos y servicios de las transnacionales, especialmente las alimentarias, durante un día. La huelga plantará las semillas de la resistencia y ampliará la experiencia de evitar el consumo cotidiano de los productos de las multinacionales, dando preferencia a las empresas locales, las cooperativas, la producción sostenible.

Estrategia

Establecimiento de alianzas: Llamamiento a la formación de una coalición de diversas entidades y personas a favor de una huelga de consumo, las cuales han de llevar la iniciativa a sus comunidades. Se pretende conformar comités de huelga de consumidores a varias ciudades y países.

Acciones directas: Producción de adhesivos llamando a la huelga de consumo global, y generar mensajes creativos a favor de la huelga de consumo sobre la publicidad de las corporaciones.

Eventos educativos: Organización de sesiones de formación para delegados de huelga de consumo, impresión de pósters y mantenimiento de un web con mensajes a favor de la huelga de consumo:

“no compres lo que no necesitas, no compres lo que perjudica el medio ambiente, no compres lo que genera desigualdad o incita a la violencia, no compres lo que genera paro. *(Extraído del llamamiento para una huelga de consumo el 21 de diciembre de 2011 por Ecologistas en acción y otros grupos)*

Se moviliza al público para mostrar por un lado alternativas productivas y de consumo sostenibles y justas, y por otro la ineficacia en la asignación de los recursos alimentarios a la población mundial. Se propone también alimentar gratuitamente a un número significativo de personas con alimentos que se hubiesen tirado a la basura porque el mercado no les ha dado salida.

Tipología de la acción

No cooperación y creación de alternativas. Acción no violenta.

Participación ciudadana

La huelga de consumo está abierta a una mayoría amplia de ciudadanos, no sólo trabajadores sino también parados, estudiantes, jubilados,...

Temporización / Calendario

5 meses de preparación, 1 día de acción el 15 de octubre, y el resto de la vida...

Organizaciones con las que se podría colaborar

La red de preparación del 15 de octubre de 2012, el FSM y Rio+20

Ecologistas en acción y diversas redes que trabajan en contra de la publicidad, como Adbusters que iniciaron la experiencia del día sin compras.

Colaboración a Francia con Casseurs de Pub y Paul Ariès, que trabajan la idea de la huelga de consumo.

La red internacional Research & Degrowth, que incluye el llamamiento a la huelga de consumo en las conferencias de Montreal y Venecia (www.degrowth.org) con una acción unificadora.