

Grupos de Consumo

CNT



Confederación Nacional del Trabajo

Autores:

Juan Cruz López - juan.cruz@cntjaen.org.es

Alfonso J. Molino Delgado - alfonso.molino@cntjaen.org.es

Víctor Rodríguez Lledó - victor.rodriguez@cntjaen.org.es

Edita: Secretaría de Formación y Estudios
Secretariado Permanente del Comité Confederal

Marzo 2012

Historiador Domínguez Ortiz 7 local 2 14002 Córdoba

correo-e: sp_cn@cnt.es

Dirección Postal: Apartado 2138 - Código Postal 14080

Teléfono: 957 434 897 /Fax: 942 940 983

www.cnt.es

El presente documento tiene como finalidad el debate y la reflexión. No constituye, por tanto, un acuerdo de la organización.



Este trabajo se encuentra bajo una Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en <http://creativecommons.org>. Esta licencia permite copiar, distribuir, exhibir e interpretar este texto, siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

Autoría-atribución: se deberá respetar la autoría del texto y de su traducción.
Siempre habrá de constar el nombre del autor/a y del traductor/a.

No comercial: No se puede utilizar este trabajo con fines comerciales.

Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial y se distribuyan con una licencia igual a la que regula la obra original.

Los términos de esta licencia deberán constar de una manera clara para cualquier uso o distribución del texto. Estas condiciones sólo se podrán alterar con el permiso expreso del autor/a. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/> o escriba una carta a Creative Commons, 444 Castro Street, Suite 900, Mountain View, California, 94041, USA.

Grupos de Consumo

Grupos de Consumo

INDICE

1. PRESENTACIÓN, 5

2. DEFINICIÓN Y ORIGEN, 5

2.1. Definición, 5

2.2. Origen, 6

2.3. ¿Cómo formar un grupo de consumo? Un ejemplo práctico, 7

3. ECOLOGISMO, SOSTENIBILIDAD Y SOBERANÍA ALIMENTARIA, 9

4. LOS GRUPOS DE CONSUMO COMO HERRAMIENTAS DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL, 12

4.1. El consumo, una pieza clave del sistema capitalista postindustrial, 12

4.2. En interés estratégico de los grupos de consumo en la lucha anticapitalista, 13

4.3. CNT y los grupos de consumo: más autogestión, más concienciación, 14

5. CONCLUSIÓN, 15

6. BIBLIOGRAFÍA, 15

1. PRESENTACIÓN

Con la elaboración de este Cuaderno para el debate, los autores pretendemos realizar un sucido acercamiento a la experiencia de los grupos de consumo, procurando esbozar un análisis que, al menos intencionalmente, persigue abordar el papel del consumo de masas en la sociedad contemporánea y la potencialidad de los grupos de consumo como herramientas de transformación política de la sociedad.

Por otro lado, y a pesar de que en algunos momentos hayamos apostado por realizar un acercamiento generalista a determinados apartados de la temática que nos ocupa, queremos hacer explícito nuestro punto de vista a la hora de afrontar el tema. En ese sentido, este cuaderno ha sido elaborado desde una cosmovisión libertaria de la

lucha social, procurando, no obstante, evitar tanto en la forma como en el fondo cualquier resabio adoctrinador que, a nuestro entender, podría restar capacidad analítica a nuestro esquemático trabajo y, por otro lado, enconsertaría los resultados conclusivos del mismo.

Para finalizar, invitamos a todos y todas las interesadas en el tema, a ponerse en contacto con alguno de los tres autores para rebatir, ampliar o debatir cualquiera de los puntos de este documento. Nuestra intención, como la de toda la Confederación, a la hora de poner en marcha este proyecto autoformativo, es generar una base teórica sobre diversos temas que pueda implementarse a posteriori, fomentando con ello un debate –esperamos que fecundo– sobre cada tema en cuestión.

2. DEFINICIÓN Y ORIGEN

2.1. Definición

Podemos definir un grupo de consumo como un conjunto de personas del mismo ámbito territorial que se agrupan con el objetivo de poner en marcha un sistema de consumo alternativo al imperante hoy día; es decir, un consumo respetuoso con el medio ambiente, ecológico, sostenible, que fomente relaciones directas entre productores y consumidores, elimine intermediarios, impulse el desarrollo rural de su ámbito geográfico y consolide circuitos cortos de comercialización.

La definición anterior pone de manifiesto que todo grupo de consumo tiene una perspectiva claramente política. El tomar las riendas y cambiar nuestro modo de consumir nos posiciona frontalmente contra la estructura del sistema capitalista. Formando parte de un

grupo de consumo eliminamos los intermediarios, creamos relaciones igualitarias entre productores y consumidores, construimos espacios asamblearios y autogestionados, rompemos con el individualismo imperante, nos relacionamos con nuestros vecinos, favorecemos el desarrollo rural y damos un paso fundamental hacia la autogestión completa de nuestras vidas.

En ese sentido, no podemos contemplar únicamente al grupo de consumo como una opción para “comer bien”, sino como una herramienta de transformación política y social, es decir, un nuevo campo al que llevar la lucha. Se trata, en definitiva, de construir una alternativa al sistema de producción -almacenamiento - distribución - venta de la industria agroalimentaria, que encarece los

productos y busca el beneficio económico por encima de todo, aun a costa de las condiciones de salubridad de los alimentos.

En este momento es preciso mencionar que un grupo de consumo no tiene porqué limitarse tan solo a productos de alimentación (aunque son los que más proliferan). Pueden formarse grupos de consumo también para satisfacer otras necesidades como el vestido, la limpieza o el aseo personal. Lo ideal sería aumentar el radio de acción (en cuanto a productos se refiere) del grupo lo máximo posible, de manera que seamos capaces de abastecernos de la mayoría de los productos que necesitamos en nuestro quehacer diario sin necesidad de acudir fuera de nuestro grupo de consumo. Finalmente, y de cara a la consolidación de redes potentes de economía alternativa, los grupos de consumo podrían aspirar, incluso, a la administración y gestión de servicios comunes como la salud, la educación o los cuidados.

2.2. Origen

A finales de los años 80 y principios de la década de los 90 comienzan a aparecer los primeros grupos de consumo en el estado español. Por ejemplo, en Cataluña se crean los grupos “El Brot” (Reus, 1987), “El Rebost” (Girona, 1988) y más tarde “Germinal” (Tarragona 1993). En Andalucía las primeras iniciativas que se conocen son “El Encinar” (Granada, 1993), La Ortiga (Sevilla, 1993), La Breva (Málaga 1995) y “El Zoco” (Jaén, 1995).

El nacimiento de estos primeros grupos está ligado a militantes de los movimientos sociales de la época (en Andalucía, por ejemplo, algunos de estos grupos de consumo eran políticamente cercanos al Sindicato de Obreros del Campo).

Muchas de estas iniciativas acabaron tomando forma legal de cooperativa, lo cual es un

hecho bastante frecuente cuando los grupos crecen desmesuradamente, perdiéndose en gran parte los principios de autogestión y asamblearismo.

Aunque hemos mencionado que los primeros grupos aparecen a finales de los 80 y principios de los 90, realmente es a partir del año 2000 cuando éstos empiezan a crecer de forma exponencial a lo largo de todo el estado. Cabe mencionar la aparición de proyectos como Bajo el asfalto está la huerta, iniciativa que ha dado lugar a la creación de numerosos grupos de consumo y producción integrados en un enriquecedor proyecto agroecológico.

Sin lugar a dudas, podemos identificar la toma de conciencia de la ciudadanía con respecto a las prácticas de la industria alimentaria como uno de los motivos principales de este punto de inflexión en la creación de grupos de consumo. Y es que cada vez tenemos más claro que el actual sistema agroalimentario es insostenible tanto en términos medioambientales como de salud para los propios consumidores y consumidoras.

El otro aspecto que justifica el aumento de este tipo de iniciativas es el descontento social con respecto a este sistema explotador y aniquilador de toda forma de vida. La gente se está dando cuenta de que la única forma de defender sus intereses comunes es autoorganizándose, poniendo en marcha sus propias alternativas, creando espacios autónomos y autogestionados. En este aspecto los grupos de consumo juegan un papel fundamental, ya que la alimentación es un recurso básico e indispensable cada vez más caro y vulnerable a la rapacidad de los grandes conglomerados empresariales. En ese sentido, formando parte de un grupo de consumo podemos cambiar lo anterior, ya que logramos acceder a alimentos más sanos y en condiciones económicas más justas (tanto para productores como para consumidores), además de favorecer el desarrollo rural y la conservación del medio ambiente.

2.3. ¿Cómo formar un grupo de consumo? Un ejemplo práctico

Antes de responder a esta cuestión, vamos a aclarar que este texto está escrito tomando como base nuestra apuesta por los modelos organizativos asamblearios y autogestionarios. Con ello queremos decir que somos conscientes de que hay grupos de consumo que ni son asamblearios ni autogestionarios (en muchos casos cuentan con asalariados que organizan los pedidos); obviamente, no los tendremos en cuenta de cara a este apartado.

Pues bien, os vamos a contar aquí nuestra experiencia en el GCAJ (Grupo de Consumo Autogestionado de Jaén <http://gcaj.cntjaen.org.es/>). A la vuelta del X Congreso de la CNT, en el que el SOV de Jaén estuvo presente, la afiliación empezó a madurar la idea de organizar un grupo de consumo. Tras unos meses de formación a nivel interno, en julio de 2011 empezamos a buscar agricultores ecológicos en la provincia de Jaén. No se trataba solo de buscar agricultores que tuviesen un certificado de producción ecológica, sino sobre todo de encontrar a personas comprometidas realmente con lo que hacían. Como ya hemos comentado anteriormente, no podemos obviar que el “boom” de lo ecológico no ha pasado desapercibido para nadie, y mucho menos para el capital, lo cual ha atraído hacia este campo a gente que tan solo busca hacer dinero con esto (la inmensa mayoría, por desgracia).

Quizá fue este aspecto el más laborioso, ya que además de escasear información sobre productores ecológicos (no hay disponible un listado de agricultores ecológicos de nuestra provincia o al menos nosotros no lo hemos encontrado), muchos de los que hay siembran básicamente para autoconsumo y poca cosa más. Así pues, y tras recorrernos gran parte de la provincia, logramos localizar a

un agricultor que cumplía con la idea que el grupo tenía; entonces le explicamos cuál era nuestro proyecto y él lo acogió de manera muy positiva.

Una vez sentadas unas bases mínimas de nuestra futura relación con el productor, comenzamos la actividad del grupo a nivel organizativo, celebrando las primeras asambleas del mismo y empezando a darle difusión por nuestros barrios. En este aspecto fue todo rodado, ya que el núcleo de gente que empezó a trabajar en el grupo estaba formado por militantes de la CNT y obviamente estamos más que acostumbrados a la dinámica asamblearia y al trabajo colaborativo.

De esta manera, tras realizar las primeras asambleas, a primeros de octubre se llevó a cabo el primer pedido de cestas de verdura (sobre unas 20 cestas). En el GCAJ trabajamos con cestas cerradas, es decir, el productor distribuye los productos disponibles en cantidades iguales para todas las cestas. Trabajamos así porque creemos que es la forma más justa para el productor (ya que de otra

lo fundamental es fomentar el debate sobre la necesidad de un consumo responsable, consciente, que deslegitime el consumismo salvaje

forma podría haber demasiada demanda de algunos productos y excedentes de otros). Una vez recibidas las cestas, si algún compañero quiere intercambiar productos con otro por algún motivo (porque no le guste una determinada hortaliza o no gaste tanta cantidad de ese producto) se ponen de acuerdo y listo. Creemos que es mejor trabajar con cestas cerradas ya que agiliza el trabajo, supone una tranquilidad para el productor (sabe que todo lo que siembre va a tener salida) y también como consumidores nos obligamos a

probar nuevas verduras, adaptándonos a la temporada de cada cultivo y a las hortalizas disponibles en cada momento.

Otro aspecto que queremos resaltar es que el productor también forma parte del grupo de consumo. Aquí es interesante remarcar que los intereses del grupo son comunes. No podemos diferenciar dentro del grupo entre consumidores y productores, reduciendo el enfoque a una mera actividad mercantil. El agricultor participa de las asambleas y de la vida orgánica del grupo; no debe ser simplemente una persona que recibe el pedido de cestas de verdura cada una o dos semanas y punto. Los objetivos son comunes y por tanto debemos de trabajar de la mano, codo con codo.

No podemos diferenciar dentro del grupo entre consumidores y productores, reduciendo el enfoque a una mera actividad mercantil. El agricultor participa de las asambleas y de la vida orgánica del grupo

En el GCAJ acabamos de tener una situación que puede servir de claro ejemplo para este punto. Nuestro productor -como decimos, un miembro más del grupo- ha sufrido heladas en el huerto a causa de las bajas temperaturas que hemos tenido durante este último mes, perdiendo gran parte de la cosecha. Las últimas cestas han venido muy mermadas y tendremos que hacer un parón (recogemos cesta cada 15 días) para dar lugar a que se recupere el huerto. Ante esta situación, estamos tratando en asamblea de qué manera podemos abordar el problema. Por lo pronto, a las últimas cestas se les añadió una pequeña aportación económica por parte de todos los compañeros y compañeras para sufragar

en parte las pérdidas ocasionadas. Si esto no fuese un grupo de consumo el problema sería únicamente del agricultor. Otros dirían: que se las apañe, después de todo, las heladas y las plagas son riesgos derivados de su actividad, ¿no? Pues precisamente es con todo este tipo de razonamientos con los que pretendemos romper definitivamente.

Aunque ya hemos comentado que nuestro grupo recibe cestas cada 15 días, la periodicidad de las mismas es otro aspecto importante a decidir dependiendo del tamaño de las cestas, de la cantidad de gente que haya en el grupo e incluso de la época del año (en invierno hay menos variedad de productos que en verano). Cada grupo en función de su fisonomía deberá decidir la periodicidad que mejor se le adecúe. También es conveniente que el trabajo de organizar los pedidos vaya rotando entre todos los compañeros y compañeras del grupo, logrando que todo el mundo se implique de igual manera (mecanismos como una lista de correo electrónico interna ayudan mucho de cara a este tipo de tareas).

Finalmente, y para terminar este pequeño esquema de los pasos que hemos seguido para “echar a andar” nuestro grupo de consumo, no podemos dejar de lado la labor de difusión de la actividad a nivel de los barrios. A través de la organización de cenadores con productos de la huerta, proyecciones de documentales, charlas, etc., logramos difundir la labor del grupo, despertar la conciencia social de la gente que se acerca, autofinanciarnos para elaborar material (pegatinas o panfletos) y ayudar a que otra gente ponga en marcha actividades de este tipo. En ese sentido, creemos que lo fundamental es fomentar el debate sobre la necesidad de un consumo responsable, consciente, que deslegitime el consumismo salvaje, y por ello consideramos que parte de nuestra labor es animar a que cada vez más personas se autoorganicen en este campo, preferentemente de forma autogestionaria y asamblearia, ya sea en el GCAJ o en otros grupos que respondan a su misma filosofía.

3. ECOLOGISMO, SOSTENIBILIDAD Y SOBERANÍA ALIMENTARIA

A día de hoy, es una realidad palpable el interés (cada vez mayor) que muestra la gente por los productos ecológicos. Todos y todas hemos podido comprobar como desde hace unos años hasta ahora han proliferado en nuestras ciudades y pueblos herboristerías, médicos naturistas y diversas tiendas especializadas en productos ecológicos. Esto no es más que el resultado de una preocupación creciente de las personas por su salud y la del planeta.

Desde el final de la Segunda Guerra Mundial, y tras la posterior consolidación del Estado del Bienestar, el sistema capitalista ha centrado la mayoría de sus esfuerzos en aumentar exponencialmente la cantidad de bienes y servicios producidos, creando a su vez un gran número de necesidades artificiales para elevar la demanda y aumentar los beneficios. Esta lógica enfermiza del estado-capital nos ha conducido a la sociedad actual: la sociedad de consumo, en donde lo importante no es la salud (física y psíquica) de las personas o la sostenibilidad del planeta, sino el aumento de las ganancias por encima de cualquier otra cosa. El ser humano ha pasado a ser un consumidor nato.

A esta lógica no podía escapar, como es natural, la alimentación, sin duda uno de los pilares fundamentales de la economía. Y es que en los últimos años la producción de alimentos se ha industrializado por completo; así nos encontramos con que la base de nuestra alimentación está caracterizada por la producción en serie, el uso continuado de productos químicos (como plaguicidas, herbicidas y fertilizantes) y la adopción de prácticas dañinas para la tierra como la extensión del monocultivo. A esto hay que sumar las manipulaciones genéticas (OMG) y las transformación de las granjas en auténticos campos de concentración animal, donde los

animales son atiborrados a hormonas y antibióticos que, en última instancia, van a parar a nuestro organismo. Y todo esto para elevar la productividad a costa de la calidad.

Ante este panorama desalentador surge la agricultura ecológica como un sistema de cultivo respetuoso con la salud de las personas y con el medio ambiente. En este modelo de agricultura se prescinde de forma consciente del uso de productos químicos y se procura utilizar de forma óptima los recursos naturales a nuestro alcance para la producción de alimentos de una manera sostenible y equilibrada.

Esta lógica enfermiza del estado-capital nos ha conducido a la sociedad actual: la sociedad de consumo, en donde lo importante no es la salud (física y psíquica) de las personas o la sostenibilidad del planeta, sino el aumento de las ganancias por encima de cualquier otra cosa

Se ha criticado con frecuencia a la agricultura ecológica por su menor capacidad de producción de alimentos en comparación con la agricultura convencional, pero no es menos cierto que los alimentos provenientes de la primera son de una calidad y un sabor incomparablemente mejores que los provenientes de la segunda, ya que al emplear técnicas naturales los consumidores de tales productos estamos libres de alergias, intoxicaciones

y una gran variedad de trastornos y enfermedades que, como el cáncer, derivan de la acumulación de toxinas y residuos que van a parar a nuestro organismo como consecuencia de la ingesta continuada de químicos sintéticos. A parte de esto, al ser alimentos, los ecológicos, en los que se respeta su tiempo de maduración y crecimiento, éstos contienen unas propiedades nutricionales mucho mayores y básicas para el correcto funcionamiento de nuestro cuerpo.

Conviene resaltar que no es oro todo lo que reluce. Allí donde hay una oportunidad en forma de negocio encontraremos al “libre mercado”, con su potente aparato político-militar detrás. Y es que, en la actualidad, la mayoría de la agricultura ecológica “oficial” está en manos de grandes empresas capitalistas subvencionadas por los diferentes estados, especializadas mayoritariamente en la exportación

Por otro lado, la agricultura ecológica es un sistema global de gestión de la producción que incrementa y realza la salud de los agrosistemas, inclusive la diversidad biológica. Esto se consigue aplicando métodos agronómicos, biológicos y mecánicos, en contraposición a la utilización de materiales sintéticos para desempeñar cualquier función específica del sistema. Esta forma de producción, además de contemplar el aspecto ecológico, incluye en su filosofía el mejoramiento de las condiciones de vida de sus practicantes, de tal forma que su objetivo es lograr la susten-

tabilidad integral del sistema de producción agrícola, o sea, constituirse como un agrosistema social, ecológico y económicamente sustentable.

Dicho esto, también conviene resaltar que no es oro todo lo que reluce. Allí donde hay una oportunidad en forma de negocio encontraremos al “libre mercado”, con su potente aparato político-militar detrás. Y es que, en la actualidad, la mayoría de la agricultura ecológica “oficial” está en manos de grandes empresas capitalistas subvencionadas por los diferentes estados, especializadas mayoritariamente en la exportación (con la utilización de circuitos largos de comercialización y enormes cadenas de intermediarios que todo ello conlleva); empresas poseedoras de grandes latifundios donde abunda el monocultivo que tan dañino resulta para la riqueza orgánica de la tierra y la extensión de las plagas, a lo que hemos de sumar los precios abusivos que engordan sus cuentas de ganancias (con ganancias en algunos casos superiores a los de la agricultura convencional). A todo esto habría que añadir que las empresas certificadoras de lo ecológico no avisar en muchos productos de la utilización sistemática de sustancias (permitidas) tóxicas para el organismo, como el cobre utilizado para combatir ciertas plagas o las aguas altamente contaminadas usadas en algunos casos para el riego.

A pesar de todo ello, son indudables los beneficios en cuanto a salud y medio ambiente se refiere, de una agricultura sobre otra; lo que no quiere decir que no nos opongamos frontalmente y con espíritu crítico a ciertas prácticas, antes mencionadas, que lo ecológico mantiene producto de su actuación en el marco de un sistema depredador y asesino como el capitalista.

Sin embargo, muchos de estos “inconvenientes” pueden reducirse actuando en y desde lo local, mediante grupos y cooperativas de consumo autogestionadas, manteniendo el contacto directo con los pequeños productores, conociendo de primera mano los métodos

que tienen de trabajar la tierra, colaborando con ellos a través de circuitos cortos de comercialización (con un precio justo tanto para el agricultor como para el consumidor) y estableciendo una red de relaciones basadas en el apoyo mutuo y la solidaridad frente al individualismo atomizador que rezuma el actual sistema. Sin olvidar, y esto es importante, que producción y consumo son las dos caras de la misma moneda y que por tanto hay que actuar progresivamente en ambas de manera que lleguen a integrarse en un proyecto donde no haya consumidores por un lado y productores por otro, sino que dichos papeles se difuminen hasta llegar a confundirse. Es fundamental ir poco a poco reduciendo las relaciones que mantenemos con el mercado estatal-capitalista.

Y todo lo anterior para lograr la soberanía alimentaria, es decir, un sistema que priorice el saber tradicional del medio rural propio de cada comunidad y donde queden garantizados el libre acceso a la tierra, a las semillas y al agua como bien público repartido conforme a criterios de justicia, sostenibilidad y solidaridad. El derecho de los campesinos a producir alimentos y el derecho de los consumidores a poder decidir lo que quieren consumir y, cómo y quién se lo produce, pasa irremediablemente por organi-

zarnos autónomamente en nuestros pueblos y ciudades, al margen de circuitos comerciales impuestos desde fuera por organismos capitalistas tan dañinos y aniquiladores como la Organización Mundial del Comercio y sus estados miembros, compuestos por élites que mediante la imposición de políticas basadas exclusivamente en el expolio, la dominación y el beneficio económico, provocan la miseria y el empobrecimiento a todos los niveles de la inmensa mayoría de los seres humanos.

Lograr la soberanía alimentaria, es decir, un sistema que priorice el saber tradicional del medio rural propio de cada comunidad

Está en nuestra mano cambiar la lógica de los mercados en cuanto a la alimentación se refiere, pero sin olvidar que esto supone únicamente un paso necesario pero insuficiente para derribar esa alambrada que mantiene atenazado al mundo, manteniéndolo sumido en una atmósfera de opresión y desigualdad a todos los niveles que tarde o temprano conseguiremos destruir. Cuanto antes empecemos, antes lo conseguiremos.



4. LOS GRUPOS DE CONSUMO COMO HERRAMIENTAS DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL

4.1. El consumo, una pieza clave del sistema capitalista postindustrial

Todos y todas sabemos que el consumismo desaforado es uno de los puentes estructurales del sistema capitalista. Este tipo de consumo –irracional por innecesario, injusto por lo que tiene de desigual–, si bien es cierto que viene ligado al desarrollo de las sociedades industriales desde su origen en la Europa de finales del XVIII, se ha generaliza-

toda esta serie de transformaciones, que desde los púlpitos de las cátedras de economía neoliberal se nos han vendido como racionales y consecuentes con el supuesto progreso de nuestras sociedades, descansa sobre una base de violencia sistémica

do en los países occidentales desde el final de la Segunda Guerra Mundial. Esta explosión del consumismo viene aparejada a otra serie de cambios en el sistema político-económico occidental, como la terciarización de la economía, la consolidación del llamado Estado del Bienestar, la globalización de la democracia liberal y el aumento de los procesos de centralización geopolítica (la creación de lo que luego sería la Unión Europea es un ejemplo de lo anterior). Todos estos cambios pergeñaron un modelo de capitalismo, el pos-

tindustrial, donde el consumo de masas ganó protagonismo con respecto a otros elementos estructurales del sistema económico-político heredado de las revoluciones industriales.

Por otro lado, la expansión del consumo de masas tiene su base en una serie de transformaciones que ya se vieron principiadas a inicios del siglo XX y que se consolidaron tras el final de la Segunda Guerra Mundial. Por un lado, a partir de la década de los cincuenta se produce un explosivo aumento de la demanda de productos y servicios que viene provocada, qué duda cabe, por el aumento de la capacidad adquisitiva de las clases medias y populares del primer mundo, pero también por la generalización y perfeccionamiento de los sistemas de crédito y financiación. Junto a ello no podemos olvidar que buena parte del aumento de la demanda de bienes y servicios de la que hablamos viene dada también por la multiplicación de los canales de publicidad y propaganda mercantilista ocasionada por la irrupción de aparatos como la televisión.

Todo este proceso, en el que, no lo olvidemos, juega un papel de primer orden el abaratamiento de los costes de producción, ha tenido continuidad a lo largo del pasado siglo a través de un cada vez más efectivo (para los capitalistas) sistema internacional del trabajo, que paulatinamente ha ido derivando toda la base fabril del sistema productivo internacional hacia los países periféricos con menos derechos laborales y salarios más bajos. Este hecho, que en occidente ha significado la destrucción de millones de puestos de trabajo a raíz de la deslocalización productiva, ha hecho posible, sin embargo, el suministro al primer mundo de una ingente cantidad de productos a bajo precio que han posibilitado el crecimiento sostenido de la demanda y, por tanto, el aumento exponencial de los beneficios empresariales de

las clases dirigentes de la plutocracia internacional.

Sin embargo, toda esta serie de transformaciones, que desde los púlpitos de las cátedras de economía neoliberal se nos han vendido como racionales y consecuentes con el supuesto progreso de nuestras sociedades, descansa sobre una base de violencia sistémica que se evidencia, por un lado, en el ecocidio salvaje perpetrado, antes que nadie, por los grandes grupos empresariales, y, por otro, en la explotación sistemática y consentida de millones de trabajadores y trabajadoras, incluidos niños y niñas, de los países pobres, cuyo sometimiento queda garantizado en última instancia por el brazo militar de las burguesías occidentales, esto es, la OTAN.

4.2. En interés estratégico de los grupos de consumo en la lucha anticapitalista

Toda vez que ya hemos visto el carácter protagonístico del consumismo en el sostenimiento del sistema capitalista posindustrial, se anota perentorio plantear un modelo de consumo alternativo tendente a erosionar paulatinamente esta cultura consumista alienante y criminal. En ese sentido, la consolidación, junto a otra serie de alternativas, de grupos de consumo autogestionados y de carácter anticapitalista, puede resultar determinante a la hora de poner en pie una estrategia que, por un lado, ayude a derribar el sistema capitalista y, por otro, articule un modelo de consumo antagonista que nos permita vivir de otra manera, sin duda más justa con la naturaleza, el medio rural y los sectores de la clase trabajadora más expuestos a la rapacidad de los mercaderes.

Consecuentemente, y en base a lo anterior, entendemos que los grupos de consumo tienen que ser una más de las herramientas de las que se dote el pueblo, y la clase obrera en particular, para plantar cara de mane-

ra integral a un sistema, el capitalista, que tiene en la expansión irracional de nuestras necesidades una de sus más perfeccionadas herramientas de sometimiento.

Por todo ello, los grupos de consumo, como explicamos en otros apartados de este cuaderno para el debate, abren la posibilidad de extender entre los trabajadores y trabajadoras una política de consumo que, por un lado, contribuya a frenar la destrucción del medio ambiente y, por otro, favorezca el establecimiento de relaciones más justas entre la ciudad y el campo, entre los productores urbanos y los productores del medio rural.

La consolidación de grupos de consumo autogestionados y de carácter anticapitalista, puede resultar determinante a la hora de poner en pie una estrategia que ayude a derribar el sistema capitalista

Pero para ello es necesario que los grupos de consumo sean concebidos como espacios de trabajo colectivo en pro de la transformación política. Es decir, desde nuestro punto de vista, los grupos de consumo han de favorecer un cuestionamiento del modelo consumista actual a través de distintos medios: favoreciendo el consumo de productos elaborados de manera justa con respecto al medio y la dignidad del ser humano, por supuesto, pero también propiciando y amplificando el debate a propósito de nuestras necesidades básicas. Y todo esto sin olvidarnos de que la efectividad política de los grupos de consumo está ligada en buena parte a la imbricación de los mismos en el proceso de luchas que desde distintos frentes es llevado a cabo por todas las organizaciones, colectivos e individualidades cuyo objetivo es acabar de una vez por todas con el sistema capitalista.

4.3. CNT y los grupos de consumo: más autogestión, más concienciación

Nuestra organización, la CNT, realizó en su último Congreso una apuesta decidida por la puesta en marcha de proyectos de economía alternativa al capitalismo, impulsando así un modelo de organización obrera que tiende a complementar las luchas sindicales con la paulatina construcción de un entorno económico tendente a la sustitución del capitalismo. En este proceso, los grupos de consumo pueden ser otra pieza más que ayude a incrementar el potencial de la clase obrera organizada.

los grupos de consumo deben trabajar preferentemente con productores locales, o cooperativas de productores, que trabajen sin asalariados y de la manera más respetuosa con el medio ambiente posible

En ese sentido, y desarrollando lo anterior, los anarcosindicalistas tenemos tres vías posibles (se diría que tres tácticas) de cara a llevar a cabo esa estrategia de intervención política explicitada en párrafos anteriores; bajo nuestro punto de vista son las siguientes:

Primera. Constituir grupos de consumo de CNT: hablamos de que los sindicatos de la Confederación se doten de sus propios grupos de consumo, formados por sus militantes, lo que, en un principio, favorecería la concepción anticapitalista de los mismos y su funcionamiento asambleario y autogestionario.

Segunda. Constituir grupos de consumo autogestionados: formados por militantes cenicistas pero abiertos a la participación de

personas no vinculadas al movimiento libertario; lo que permite, por un lado, abrir un espacio de socialización amplio y novedoso para algunos miembros del grupo, y, por otro, familiarizar a buena parte de los integrantes de estos grupos con las prácticas autogestionarias de las que hacen gala las organizaciones y colectivos de carácter libertario.

Tercera. Participar en grupos de consumo no específicamente libertarios ni autogestionarios: esta alternativa se puede plantear en contextos geográficos donde no existan experiencias de grupos de consumo políticamente afines a nosotros y nosotras; en este caso, entendemos que nuestra participación en estos grupos puede resultar interesante de cara a visibilizar nuestro discurso y nuestra apuesta por los modelos de organización horizontal.

Para finalizar, y más allá de las diferencias superficiales que puedan tener los grupos de consumo de carácter libertario o autogestionario existentes en la actualidad, entendemos que la praxis cotidiana de dichos grupos debe girar en torno a los principios de solidaridad, proximidad y respeto al medio ambiente. En ese sentido, entendemos que los grupos de consumo deben trabajar preferentemente con productores locales, o cooperativas de productores, que trabajen sin asalariados y de la manera más respetuosa con el medio ambiente posible. Por otro lado, el funcionamiento político de los grupos ha de ser asambleario, procurando que las tareas organizativas sean rotativas y facilitando instrumentos formativos que permitan a cada integrante del grupo crecer en concienciación y, por tanto, en responsabilidad para con sus compañeros y compañeras. En última instancia, entendemos que para mejorar la capacidad de intervención política de los grupos de consumo resulta inexcusable planificar y llevar a cabo un programa de actividades que redunden en la amplificación del debate en torno al consumo responsable, fomentando, a la misma vez, la extensión de redes de apoyo mutuo con organizaciones, colectivos e individualidades afines al movimiento libertario.

5. CONCLUSIÓN

Las distintas transformaciones acaecidas en los centros político-económicos del primer mundo tras el final de la Segunda Guerra Mundial, consolidaron un nuevo modelo de sociedad, en este caso postindustrial, cimentada en gran medida sobre una cultura de consumo irracional y ecocida. Ante este consumismo desaforado, que ha sido analizado como clave en la quiebra de las identidades colectivas heredadas de la sociedad industrial (hablamos, por ejemplo, de la quiebra de la identidad de clase), diversos colectivos plantearon la necesidad de generar un debate público a propósito de las necesidades reales de la gente, llevando a la práctica algunas fórmulas de reapropiación política que dieron origen a los grupos de consumo.

A partir de lo anterior, los grupos de consumo, aún en la diversidad estructural que

dimana de la pluralidad ideológica de los mismos, poco a poco se van consolidando como una interesante herramienta de intervención política que permite socavar la base de legitimidad de uno de los pilares del sistema: el consumismo exacerbado.

En ese sentido, el papel de los anarquistas en general, y de los anarcosindicalistas en particular, debe ser, en el caso que nos ocupa, dotar al movimiento obrero organizado de recursos organizativos acordes, aun de manera preferente, a nuestros principios, tácticas y finalidades. Esto se puede traducir en la puesta en marcha de grupos de consumo ligados a los sindicatos de CNT, pero también en la constitución de grupos de consumo amplios y autogestionarios que democratizan de manera indirecta las prácticas horizontales y autogestonarias que caracterizan a las organizaciones libertarias.

6. BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, Jean: Las sociedades de consumo: sus mitos, sus estructuras. Siglo XXI, 2009.
 - BAUMAN, Zygmunt: Mundo consumo. Paidos, 2010.
 - BELL, Daniel: El advenimiento de la sociedad post-industrial. Alianza, 2006.
 - CAPRA, Fritjof: La trama de la vida. Anagrama, 1998.
 - CRUZ ROJO, Concepción: Consumo alimentario: causas y consecuencias para la salud. En <http://www.lahaine.org.es/index.php?p=27096>
 - HOLT-JIMÉNEZ, Eric y PATEL, Raj: Rebeliones alimentarias. Montesinos, 2010.
 - LÓPEZ GARCÍA, Daniel y LÓPEZ LÓPEZ, José Ángel: Con la comida no se juega. Traficantes de sueños, 2003.
 - MARINAS, José Miguel: La fábula del bazar. Orígenes de la cultura de consumo. Antonio Machado Libros, 2001.
 - MONTAGUT, Xavier y VIVAS, Esther: Del campo al plato. Icaria, 2009.
 - RODRIGO MORA, Félix: Naturaleza, ruralidad y civilización. Brulot, 2008.
 - VIVAS, Esther: Consumo agroecológico, una opción política. En http://www.vientosur.info/articulosabiertos/VS108_Vivas_Consumo.pdf
- * Puedes acceder a un amplio listado de grupos de consumo y experiencias similares en el estado español pinchando en la dirección de la página web que te indicamos a continuación; en ella también podrás encontrar otras referencias bibliográficas interesantes: <http://gruposdeconsumo.blogspot.com/>



Confederación
Nacional del
Trabajo