

VAGA DE CONSUM A LES TRANSNACIONALS EL #15OCTUBRE 2012

Nom de l'acció que es proposa

Vaga de consum a les transnacionals el #15Octubre 2012 (amb especial atenció a les alimentàries)

Nom de l'organització, grup o xarxa que proposa l'acció

Research & Degrowth – - Decreixement Acampada - Menja Just

Web de l'organització

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

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

www.degrowth.org

Descripció i justificació de l'acció

El 15O 2011 va mostrar la capacitat de mobilització de la ciutadania mundial. Ara cal passar de la indignació a l'acció, que uneix i inspira el moviment.

Es proposa una vaga general de consumidors als productes i serveis de les multinacionals. Les grans corporacions transnacionals (financeres, de la comunicació, energètiques, farmacèutiques, telecomunicacions, agroalimentàries, etc.) fonamenten la seva posició, el seu poder i la seva existència en el consum dels seus productes i serveis per la població.

Un grup de 10 transnacionals concentren la producció de la indústria agroalimentària mundial. Aquestes transnacionals alimentàries són les responsables d'un model de producció agrària que sobre explota els recursos naturals, els malbarata i els contamina, que ofega les comunitats locals i les empobreix, que inunda el mercat i destrueix el teixit productiu i de distribució local...

Tot i que el dia sense compres mundial s'ha anat organitzant durant anys encara roman marginal. En certs moments els moviments dels indignats i diferents grups han fet crides per una vaga de consum però l'acció no ha estat acompanyada per un procés que pogués esdevenir un moviment de masses, tal i com es proposa.

Deixar de comprar significa no cooperar, reptar al poder econòmic de les corporacions. Una vaga de consum té el potencial per enfortir-se en un entorn de treball i recursos escassos per la via de fomentar la cooperació i l'alliberament de pressions als recursos naturals. És una estratègia de resolució de la crisi que es fonamenta en la reducció del consum, el repartiment del treball i el béns, la solidaritat i l'economia local, aspectes que estan fora del paradigma existent.

Es proposa una vaga de consum als productes de les multinacionals amb l'objectiu d'obrir el moviment a una majoria de la ciutadania. Això reclama un ampli suport de les ONGs, sindicats, la realització de material educatiu (adhesius, trífids i una web) i l'organització d'esdeveniments i accions preparatòries.

Resultat concret que s'espera de l'acció

Milers, milions de persones, deixen de comprar productes i serveis de les transnacionals, especialment les alimentàries, durant un dia. La vaga plantarà les llavors de la resistència i eixamplarà l'experiència d'evitar el consum quotidià dels productes de les multinacionals, donant preferència a les empreses locals, les cooperatives, la producció sostenible.

Estratègia

Establiments d'aliances: Crida a la formació d'una coalició de diverses entitats i persones a favor d'una vaga de consum, les quals han de portar la iniciativa a les seves comunitats. Es pretén conformar comitès de vaga de consumidors a varies ciutats i països.

Accions directes: Producció d'adhesius cridant a la vaga de consum global, i generar missatges creatius a favor de la vaga de consum sobre la publicitat de les corporacions.

Esdeveniments educatius: Organització de sessions de formació per delegats de vaga de consum, impressió de pòsters i manteniment d'un web amb missatges a favor de la vaga de consum:

“no compris el que no et cal, no compris el que perjudica el medi ambient, no compris el que genera desigualtat o incita a la violència, no compris el que genera atur.. *(extret de la crida per una vaga de consum el 21 de desembre de 2011 per Ecologistes en acció i altres grups)*

Es mobilitza al públic per tal de mostrar per una banda alternatives productives i de consum sostenibles i justes, i d'altra banda la ineficàcia en l'assignació dels recursos alimentaris a la població mundial. Es proposa també alimentar gratuïtament a un nombre significatiu de persones amb aliments que s'haguessin llençat a les escombraries perquè el mercat no els ha donat sortida.

Tipologia de l'acció

No cooperació i mostra d'alternatives. Acció no violenta

Participació ciutadana

La vaga de consum és oberta a una majoria àmplia de ciutadans, no només treballadors sinó també aturats, estudiants, jubilats,...

Temporització / Calendari

5 mesos de preparació, 1 dia d'acció el 15 d'Octubre, i la resta de la vida...

Organitzacions que considereu amb les que es podria col·laborar

La xarxa de preparació del 15 d'octubre de 2012, el FSM i Rio+20

Ecologistas en accion i diverses xarxes que treballen en contra de la publicitat, com ara Adbusters que iniciaren l'experiència del dia sense compres.

Collaboració a França amb Casseurs de Pub i Paul Ariès, que treballen la idea de la vaga de consum.

La xarxa internacional Research & Degrowth, que inclou la crida per la vaga de consum en les conferències de Montreal i Venècia (www.degrowth.org) con una acció unificadora.