

# Grups de Consum

**CNT**



# Confederació Nacional del Treball

## Autors:

Juan Cruz López - [juan.cruz@cntjaen.org.es](mailto:juan.cruz@cntjaen.org.es)

Alfonso J. Molino Delgado - [alfonso.molino@cntjaen.org.es](mailto:alfonso.molino@cntjaen.org.es)

Víctor Rodríguez Lledó - [victor.rodriguez@cntjaen.org.es](mailto:victor.rodriguez@cntjaen.org.es)

Traductor: David Becerra

Edita: Secretaria de Formació i Estudis

Secretariat Permanent del Comitè Confederal

Març 2012

Historiador Domínguez Ortiz 7 local 2 14002 Còrdova

correu-e: [spcc@cnt.es](mailto:spcc@cnt.es)

Direcció Postal: Apartat 2138 - Codi Postal 14080

Telèfon: 957 434 897 /Fax: 942 940 983

[www.cnt.es](http://www.cnt.es)

***El present document té com a finalitat el debat i la reflexió. No constitueix, per tant, un acord de la organització.***



Aquest treball es troba sota una Llicència de Creative Commons Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Permisos que vagin més enllà del cobert per aquesta llicència poden trobar-se a <http://creativecommons.org>.

Aquesta llicència permet copiar, distribuir, exhibir i interpretar aquest text, sempre que es compleixin les següents condicions:

- **Autoria-atribució:** s'haurà de respectar l'autoria del text i de la seva traducció. Sempre haurà de constar el nom de l'autor/a i del traductor/a.
- **No comercial:** No es pot utilitzar aquest treball amb finalitats comercials.
- **Es permet la generació d'obres derivades** sempre que no se'n faci un ús comercial i es distribueixin amb una llicència igual a la que regula l'obra original.

Els termes d'aquesta llicència hauran de constar d'una manera clara per a qualsevol ús o distribució del text. Aquestes condicions només es podran alterar amb el permís exprés de l'autor/a.

Per veure una còpia d'aquesta llicència, visiti <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/> o escrigui una carta a Creative Commons, 444 Castro Street, Suite 900, Mountain View, California, 94041, USA.

# Grups de Consum

# Grups de Consum

## Índex

### 1. Presentació, 5

### 2. Definició i origen, 5

2.1. Definició, 5

2.2. Orígen, 6

2.3. Com formar un Grup de Consum? Un exemple pràctic, 7

### 3. Ecologisme, sostenibilitat i sobirania alimentària, 9

### 4. Els Grups de Consum com a eines de transformació social, 12

4.1. El consum, una peça clau del sistema capitalista postindustrial, 12

4.2. L'interès estratègic dels Grups de Consum en la lluita anticapitalista, 13

4.3. CNT i els Grups de Consum: més autogestió, més conscienciació, 14

### 5. Conclusió, 15

### 6. Bibliografia, 15

## 1. Presentació

Amb l'elaboració d'aquest Quadern per al debat, els autors pretenem realitzar un succint acostament a l'experiència dels grups de consum, procurant esbossar una anàlisi que, almenys intencionalment, persegueix abordar el paper del consum de masses en la societat contemporània i la potencialitat dels grups de consum com a eines de transformació política de la societat.

D'altra banda, i tot i que en alguns moments hàgim apostat per realitzar un acostament generalista a determinats apartats de la temàtica que ens ocupa, volem fer explícit el nostre punt de vista a l'hora d'afrontar el tema. En aquest sentit, aquest quadern ha estat elaborat des d'una cosmovisió llibertària de la

lluita social, procurant, no obstant això, evitar tant en la forma com en el fons qualsevol tendència adoctrinadora que, al nostre entendre, podria restar capacitat analítica al nostre esquemàtic treball i, d'altra banda, enconsertaria els resultats conclusius del mateix.

Per finalitzar, convidem a tots i totes les interessades en el tema, a posar-se en contacte amb algun dels tres autors per rebatre, ampliar o debatre qualsevol dels punts d'aquest document. La nostra intenció, com la de tota la Confederació, a l'hora d'engegar aquest projecte autoformatiu, és generar una base teòrica sobre diversos temes que pugui implementar-se a posteriori, fomentant amb això un debat —esperem que fecund— sobre cada tema en qüestió.

## 2. Definició i origen

### 2.1. Definició

Podem definir un grup de consum com un conjunt de persones del mateix àmbit territorial que s'agrupen amb l'objectiu d'engegar un sistema de consum alternatiu a l'imperant avui dia; és a dir, un consum respectuós amb el medi ambient, ecològic, sostenible, que fomenti relacions directes entre productors i consumidors, elimini intermediaris, impulsi el desenvolupament rural del seu àmbit geogràfic i consolidi circuits curts de comercialització.

La definició anterior posa de manifest que tot grup de consum té una perspectiva clarament política. El prendre les regnes i canviar la nostra manera de consumir ens posiciona frontalment contra l'estructura del sistema capitalista. Formant part d'un grup de consum eliminem els intermediaris, creem relacions igualitàries entre productors i consumidors, construïm

espais assemblearis i autogestionats, trenquem amb l'individualisme imperant, ens relacionem amb els nostres veïns, afavorim el desenvolupament rural i fem un pas fonamental cap a l'autogestió completa de les nostres vides.

En aquest sentit, no podem contemplar únicament al grup de consum com una opció per “menjar bé”, sinó com una eina de transformació política i social, és a dir, un nou camp al que portar la lluita. Es tracta, en definitiva, de construir una alternativa al sistema de producció - emmagatzematge - distribució - venda de la indústria agroalimentària, que encareix els productes i busca el benefici econòmic per sobre de tot, fins i tot a costa de les condicions de salubritat dels aliments.

En aquest moment cal esmentar que un grup de consum no té perquè limitar-se només a productes d'alimentació (encara que són els que més proliferen). Poden formar-se grups de consum també per satisfer altres necessitats com el vestit, la neteja o la higiene personal. L'ideal seria augmentar el radi d'acció (quant a productes es refereix) del grup el màxim possible, de manera que siguem capaços de proveir-nos de la majoria dels productes que necessitem en el nostre dia a dia sense necessitat d'acudir fora del nostre grup de consum. Finalment, i de cara a la consolidació de xarxes potents d'economia alternativa, els grups de consum podrien aspirar, fins i tot, a l'administració i gestió de serveis comuns com la salut, l'educació o l'atenció a les persones.

### 2.2. Origen

A finals dels anys 80 i principis de la dècada dels 90 comencen a aparèixer els primers grups de consum a l'estat espanyol. Per exemple, a Catalunya es creen els grups "El Brot" (Reus, 1987), "El Rebot" (Girona, 1988) i més tard "Germinal" (Tarragona 1993). A Andalusia les primeres iniciatives que es coneixen són "El Encinar" (Granada, 1993), "La Ortiga" (Sevilla, 1993), La Breva (Màlaga 1995) i "El Zoco" (Jaén, 1995).

El naixement d'aquests primers grups està lligat a militants dels moviments socials de l'època (a Andalusia, per exemple, alguns d'aquests grups de consum eren políticament propers al Sindicat d'Obrers del Camp).

Moltes d'aquestes iniciatives van acabar prenent forma legal de cooperativa, la qual cosa és un fet bastant freqüent quan els grups creixen desmesuradament, perdent-se en gran part els principis d'autogestió i assemblearisme.

Encara que hem esmentat que els primers grups apareixen a finals dels 80 i principis dels 90, realment és a partir de l'any 2000 quan aquests comencen a créixer de forma exponencial al llarg de tot l'estat. Cal esmentar l'aparició de projectes com "Bajo el Asfalto está la Huerta", iniciativa que ha donat lloc a la creació de nombrosos grups de consum i producció integrats en un enriquidor projecte agroecològic.

Sens dubte, podem identificar la presa de consciència de la ciutadania respecte a les pràctiques de la indústria alimentària com un dels motius principals d'aquest punt d'inflexió en la creació de grups de consum. I és que cada vegada tenim més clar que l'actual sistema agroalimentari és insostenible tant en termes mediambientals com de salut per als propis consumidors i consumidoras.

L'altre aspecte que justifica l'augment d'aquest tipus d'iniciatives és el descontentament social pel que fa a aquest sistema explotador i aniquilador de tota forma de vida. La gent s'està adonant que l'única forma de defensar els seus interessos comuns és autoorganitzant-se, engegant les seves pròpies alternatives, creant espais autònoms i autogestionats. En aquest aspecte els grups de consum juguen un paper fonamental, ja que l'alimentació és un recurs bàsic i indispensable cada vegada més car i vulnerable a la rapacitat dels grans conglomerats empresarials. En aquest sentit, formant part d'un grup de consum podem canviar l'anterior, ja que aconseguim accedir a aliments més sans i en condicions econòmiques més justes (tant per productors com per consumidors), a més d'afavorir el desenvolupament rural i la conservació del medi ambient.

### 2.3. Com formar un grup de consum? Un exemple pràctic

Abans de respondre a aquesta qüestió, hem d'aclarir que aquest text està escrit prenent com a base la nostra aposta pels models organitzatius assemblearis i autogestionaris. Amb això volem dir que som conscients que hi ha grups de consum que ni són assemblearis ni autogestionaris (en molts casos compten amb assalariats que organitzen les comandes); òbviament, no els tindrem en compte de cara a aquest apartat.

Doncs bé, us anem a explicar aquí la nostra experiència en el GCAJ (Grup de Consum Autogestionat de Jaén <http://gcaj.cntjaen.org.es/>). Tornant del X Congrés de la CNT, en el qual el SOV de Jaén va estar present, l'afiliació va començar a madurar la idea d'organitzar un grup de consum. Després d'uns mesos de formació a nivell intern, al juliol de 2011 comencem a buscar agricultors ecològics a la província de Jaén. No es tractava només de buscar agricultors que tinguessin un certificat de producció ecològica, sinó sobretot de trobar a persones compromeses realment amb el que feien. Com ja hem comentat anteriorment, no podem obviar que el "boom" de l'ecològic no ha passat desapercebut per a ningú, i molt menys per al capital, la qual cosa ha atret cap aquest camp a gent que només busca fer diners amb això (la immensa majoria, per desgràcia).

Potser va ser aquest aspecte el més laboriós, ja que a més d'escassejar informació sobre productors ecològics (no hi ha disponible un llistat d'agricultors ecològics de la nostra província o almenys nosaltres no l'hem trobat), molts dels que hi ha cultiven bàsicament per l'autoconsum i poca cosa més. Així doncs, i després de recórrer-nos gran part de la província, aconseguim localitzar a un agricultor que complia amb la idea que el grup tenia; llavors

li expliquem quin era el nostre projecte i ell el va acollir de manera molt positiva.

Una vegada fixades unes bases mínimes de la nostra futura relació amb el productor, comencem l'activitat del grup a nivell organitzatiu, celebrant les primeres assemblees del mateix i començant a donar-li difusió pels nostres barris. En aquest aspecte va anar tot rodó, ja que el nucli de gent que va començar a treballar en el grup estava format per militants de la CNT i òbviament estem més que acostumats a la dinàmica assembleària i al treball col·laboratiu.

D'aquesta manera, després de realitzar les primeres assemblees, a primers d'octubre es va dur a terme la primera comanda de cistelles de verdura (sobre unes 20 cistelles). En el GCAJ treballem amb cistelles tancades, és a dir, el productor distribueix els productes disponibles en quantitats iguals per a totes les cistelles. Treballem així perquè creiem que és la forma més justa per al productor (ja que d'una altra forma

**el fonamental és fomentar el debat sobre la necessitat d'un consum responsable, conscient, que deslegitimi el consumisme salvatge**

podria haver-hi massa demanda d'alguns productes i excedents d'uns altres).

Una vegada rebudes les cistelles, si algun company vol intercanviar productes amb un altre per algun motiu (perquè no li agrada una determinada hortalissa o no gastaria tanta quantitat d'aquest producte) es posen d'acord i llest. Creiem que és millor treballar amb cistelles tancades ja que agilita el treball, suposa una tranquil·litat per al

productor (sap que tot el que sembri tindrà sortida) i també com a consumidors ens obliguem a provar noves verdures, adaptant-nos a la temporada de cada cultiu i a les hortalisses disponibles a cada moment.

Un altre aspecte que volem ressaltar és que el productor també forma part del grup de consum. Aquí és interessant remarcar que els interessos del grup són comuns. No podem diferenciar dins del grup entre consumidors i productors, reduint l'enfocament a una mera activitat mercantil. L'agricultor participa de les assemblees i de la vida orgànica del grup; no ha de ser simplement una persona que rep la comanda de cistelles de verdura cada una o dues setmanes i punt. Els objectius són comuns i per tant hem de treballar de la mà, colze a colze.

### No podem diferenciar dins del grup entre consumidors i productors, enfocant-ho com una mera activitat mercantil. L'agricultor participa de les assemblees i de la vida orgànica del grup

En el GCAJ acabem de tenir una situació que pot servir de clar exemple per a aquest punt. El nostre productor -com diem, un membre més del grup- ha sofert gelades a l'hort a causa de les baixes temperatures que hem tingut durant aquest últim mes, perdent gran part de la collita. Les últimes cistelles han estat molt minvades i haurem de fer una aturada (recollim cistella cada 15 dies) per donar lloc a que es recuperi l'hort. Davant aquesta situació, estem tractant en assemblea de quina manera podem abordar el problema. Primer, a les últimes cistelles se'ls va afegir una petita aportació econòmica per part de tots els companys i companyes per sufragar en part les pèrdues ocasionades. Si això no fos un grup de consum el problema

seria únicament de l'agricultor. Uns altres dirien: que s'espavili, després de tot, les gelades i les plagues són riscos derivats de la seva activitat, no? Doncs precisament és amb tot aquest tipus de raonaments amb els quals pretenem trencar definitivament.

Encara que ja hem comentat que el nostre grup rep cistelles cada 15 dies, la periodicitat de les mateixes és un altre aspecte important a decidir depenent de la grandària de les cistelles, de la quantitat de gent que hi hagi en el grup i fins i tot de l'època de l'any (a l'hivern hi ha menys varietat de productes que a l'estiu). Cada grup en funció de la seva fisonomia haurà de decidir la periodicitat que millor se li adequi. També és convenient que el treball d'organitzar les comandes vagi rotant entre tots els companys i companyes del grup, aconseguint que tothom s'impliqui d'igual manera (mecanismes com una llista de correu electrònic interna ajuden molt de cara a aquest tipus de tasques).

Finalment, i per acabar aquest petit esquema dels passos que hem seguit per començar el nostre grup de consum, no podem deixar de costat la tasca de difusió de l'activitat a nivell dels barris. A través de l'organització de sopars amb productes de l'horta, projeccions de documentals, xerrades, etc., aconseguim difondre la labor del grup, despertar la consciència social de la gent que s'apropa, autofinançant-nos per elaborar material (adhesius o pamflets) i ajudar a que una altra gent engegui activitats d'aquest tipus. En aquest sentit, creiem que el fonamental és fomentar el debat sobre la necessitat d'un consum responsable, conscient, que deslegitimi el consumisme salvatge, i per això considerem que part de la nostra labor és animar al fet que cada vegada més persones s'autoorganitzin en aquest camp, preferentment de forma autogestionària i assembleària, ja sigui en el GCAJ o en altres grups que corresponguin a la seva mateixa filosofia.



### 3. ECOLOGISME, SOSTENIBILITAT I SOBIRANIA ALIMENTÀRIA

A dia d'avui, és una realitat palpable l'interès (cada vegada més gran) que mostra la gent pels productes ecològics. Tots i totes hem pogut comprovar com des de fa uns anys fins ara han proliferat a les nostres ciutats i pobles herboristeries, mèdics naturistes i diverses tendes especialitzades en productes ecològics. Això no és més que el resultat d'una preocupació creixent de les persones per la seva salut i la del planeta.

Des del final de la Segona Guerra Mundial, i després de la posterior consolidació de l'Estat del Benestar, el sistema capitalista ha centrat la majoria dels seus esforços en augmentar exponencialment la quantitat de béns i serveis produïts, creant al seu torn un gran nombre de necessitats artificials per elevar la demanda i augmentar els beneficis.

Aquesta lògica malaltissa de l'estat-capital ens ha conduït a la societat actual: la societat de consum, on l'important no és la salut (física i psíquica) de les persones o la sostenibilitat del planeta, sinó l'augment dels guanys per sobre de qualsevol altra cosa. L'ésser humà ha passat a ser un consumidor nat.

A aquesta lògica no podia escapar, com és natural, l'alimentació, sens dubte un dels pilars fonamentals de l'economia. I és que en els últims anys la producció d'aliments s'ha industrialitzat per complet; així ens trobem amb que la base de la nostra alimentació està caracteritzada per la producció en sèrie, l'ús continuat de productes químics (com plaguicides, herbicides i fertilitzants) i l'adopció de pràctiques nocives per a la terra com l'extensió del monocultiu. A això cal sumar les manipulacions genètiques (OMG) i les transformació de les granges en autèntics camps de concentració animal, on els animals són afartats a hormones i antibiòtics

que, en última instància, van a parar al nostre organisme. I tot això per elevar la productivitat a costa de la qualitat.

Davant aquest panorama desolador sorgeix l'agricultura ecològica com un sistema de cultiu respectuós amb la salut de les persones i amb el medi ambient. En aquest model d'agricultura es prescindeix de forma conscient de l'ús de productes químics i es procura utilitzar de forma òptima els recursos naturals al nostre abast per la producció d'aliments d'una manera sostenible i equilibrada.

**Aquesta lògica malaltissa de l'estat-capital ens ha portat a la societat actual: la societat de consum, on l'important no és la salut (física i psíquica) de les persones o la sostenibilitat del planeta, sino l'augment dels guanys per sobre de qualsevol altra cosa**

S'ha criticat amb freqüència a l'agricultura ecològica per la seva menor capacitat de producció d'aliments en comparació de l'agricultura convencional, però no és menys cert que els aliments provinents de la primera són d'una qualitat i un sabor incomparablement millors que els provinents de la segona, ja que en emprar tècniques naturals els consumidors de tals productes estem lliures d'al·lèrgies, intoxicacions i una gran varietat de trastorns i enfermetats que, com el càncer, deriven de l'acumulació de toxines i residus que van a parar al nostre organisme com a conseqüència de la ingesta continuada de químics sintètics. A part d'això, en ser

aliments, els ecològics, en els quals es respecta el seu temps de maduració i creixement, aquests contenen unes propietats nutricionals molt majors i bàsiques per al correcte funcionament del nostre cos.

**Convé ressaltar que no tot és perfecte. Allí on hi ha una oportunitat en forma de negoci trobarem a el “lliure mercat”, amb el seu potent aparell polític-militar darrere. I és que, en l'actualitat, la majoria de l'agricultura ecològica “oficial” està en mans de grans empreses capitalistes subvencionades pels diferents estats, especialitzades majoritàriament en l'exportació**

D'altra banda, l'agricultura ecològica és un sistema global de gestió de la producció que incrementa i realça la salut dels ecosistemes, inclusivament la diversitat biològica. Això s'aconsegueix aplicant mètodes agronòmics, biològics i mecànics, en contraposició a la utilització de materials sintètics per exercir qualsevol funció específica del sistema. Aquesta forma de producció, a més de contemplar l'aspecte ecològic, inclou en la seva filosofia la millora de les condicions de vida dels seus practicants, de tal forma que el seu objectiu és aconseguir la sostenibilitat integral del sistema de producció agrícola, o sigui, constituir-se com un ecosistema social, ecològic i econòmicament sostenible.

Dit això, també convé ressaltar que no és tot perfecte. Allí on hi ha una oportunitat en forma de negoci trobarem a el “lliure

mercat”, amb el seu potent aparell polític-militar darrere. I és que, en l'actualitat, la majoria de l'agricultura ecològica “oficial” està en mans de grans empreses capitalistes subvencionades pels diferents estats, especialitzades majoritàriament en l'exportació (amb la utilització de circuits llargs de comercialització i enormes cadenes d'intermediaris que tot això comporta); empreses posseïdores de grans latifundis on abunda el monocultiu que tan nociu resulta per a la riquesa orgànica de la terra i l'extensió de les plagues, al que hem de sumar els preus abusius que engreixen els seus comptes de guanys (amb guanys en alguns casos superiors als de l'agricultura convencional). A tot això caldria afegir que les empreses certificadores de l'ecològic no avisen en molts productes de la utilització sistemàtica de substàncies (permeses) tòxiques per l'organisme, com el coure utilitzat per combatre certes plagues o les aigües altament contaminades usades en alguns casos per al reg.

Malgrat tot això, són indubtables els beneficis quant a salut i medi ambient es refereix, d'una agricultura sobre una altra; el que no vol dir que no ens oposem frontalment i amb esperit crític a certes pràctiques, abans esmentades, que l'ecològic manté producte de la seva actuació en el marc d'un sistema depredador i assassí com el capitalista.

No obstant això, molts d'aquests “inconvenients” poden reduir-se actuant en i des del local, mitjançant grups i cooperatives de consum autogestionades, mantenint el contacte directe amb els petits productecaps de bestiar, coneixent de primera mà els mètodes que tenen de treballar la terra, col·laborant amb ells a través de circuits curts de comercialització (amb un preu just tant per a l'agricultor com pel consumidor) i establint una xarxa de relacions basades en el suport mutu i la solidaritat enfront de l'individualisme atomitzador de l'actual sistema. Sense oblidar, i

això és important, que producció i consum són les dues cares de la mateixa moneda i que per tant cal actuar progressivament en ambdues de manera que arribin a integrar-se en un projecte on no hi hagi consumidors d'una banda i productors per un altre, sinó que aquests papers es difuminin fins a arribar a confondre's. És fonamental anar a poc a poc reduint les relacions que mantenim amb el mercat estatal-capitalista.

I tot l'anterior per aconseguir la sobirania alimentària, és a dir, un sistema que prioritzi el saber tradicional del mitjà rural propi de cada comunitat i on quedin garantitzats el lliure accés a la terra, a les llavors i a l'aigua com a bé públic repartit conforme a criteris de justícia, sostenibilitat i solidaritat. El dret dels camperols a produir aliments i el dret dels consumidors a poder decidir el que volen consumir i, com i qui els hi produeix, passa irremeiablement per organitzar-nos autònomament als nostres pobles i ciutats, al marge de circuits comercials imposats des de fora per organismes capitalistes tan nocius i aniquiladors com l'Organització Mundial del Comerç i

els seus estats membres, composts per elits que mitjançant la imposició de polítiques basades exclusivament en l'espoli, la dominació i el benefici econòmic, provoquen la misèria i l'empobriment a tots els nivells de la immensa majoria dels éssers humans.

### **Aconseguir la sobirania alimentària, és a dir, un sistema que prioritzi el saber tradicional del mitjà rural propi de cada comunitat**

Està a la nostra mà canviar la lògica dels mercats en el que a l'alimentació es refereix, però sense oblidar que això suposa únicament un pas necessari però insuficient per derrocar aquest filat que manté tenallat al món, mantenint-lo sumit en una atmosfera d'opressió i desigualtat a tots els nivells que tard o d'hora aconseguirem destruir. Quan més aviat comencem, abans ho aconseguirem.



## 4. ELS GRUPS DE CONSUM COM A EINES DE TRANSFORMACIÓ SOCIAL

### 4.1. El consum, una peça clau del sistema capitalista postindustrial

Tots i totes sabem que el consumisme desafortat és un dels puntals estructurals del sistema capitalista. Aquest tipus de consum —irracional per innecessari, injust pel que té de desigual—, si bé és cert que ve lligat al desenvolupament de les societats industrials des del seu origen en l'Europa de finals del XVIII, s'ha generalitzat als països occidentals

**tota aquesta sèrie de transformacions, que des dels pulpits de les càtedres d'economia neoliberal se'ns han venut com a racionals i conseqüents amb el suposat progrés de les nostres societats, descansa sobre una base de violència sistèmica**

des del final de la Segona Guerra Mundial. Aquesta explosió del consumisme ve acompanyada a una altra sèrie de canvis en el sistema polític-econòmic occidental, com la terciarització de l'economia, la consolidació de l'anomenat Estat del Benestar, la globalització de la democràcia liberal i l'augment dels processos de centralització geopolítica (la creació del que després seria la Unió Europea és un exemple de l'anterior). Tots aquests canvis van donar lloc a un model de capitalisme, el postindustrial, on el consum de masses va guanyar protagonisme pel que fa a altres elements estructurals del sistema econòmic-polític heretat de les revolucions industrials.

D'altra banda, l'expansió del consum de masses té la seva base en una sèrie de transformacions que ja es van veure a principi del segle XX i que es van consolidar després del final de la Segona Guerra Mundial. D'una banda, a partir de la dècada dels cinquanta es produeix un explosiu augment de la demanda de productes i serveis que ve provocada, quin dubte hi ha, per l'augment de la capacitat adquisitiva de les classes mitjanes i populars del primer món, però també per la generalització i perfeccionament dels sistemes de crèdit i finançament. Al costat d'això no podem oblidar que bona part de l'augment de la demanda de béns i serveis de la qual parlem ve donada també per la multiplicació dels canals de publicitat i propaganda mercantilista ocasionada per la irrupció d'aparells com la televisió.

Tot aquest procés, en el qual, no ho oblidem, juga un paper de primer ordre l'abaratiment dels costos de producció, ha tingut continuïtat al llarg del passat segle a través d'un cada vegada més efectiu (per als capitalistes) sistema internacional del treball, que gradualment ha anat derivant tota la base fabril del sistema productiu internacional cap als països perifèrics amb menys drets laborals i salaris més baixos. Aquest fet, que a occident ha significat la destrucció de milions de llocs de treball arran de la deslocalització productiva, ha fet possible, no obstant això, el subministrament al primer món d'una ingent quantitat de productes a baix preu que han possibilitat el creixement sostingut de la demanda i, per tant, l'augment exponencial dels beneficis empresarials de les classes dirigents de la plutocràcia internacional.

No obstant això, tota aquesta sèrie de transformacions, que des dels pulpits de les càtedres d'economia neoliberal se'ns han

venut com a racionals i conseqüents amb el progrés de les nostres societats, descansa sobre una base de violència sistèmica que s'evidencia, d'una banda, en l'ecocidi salvatge perpetrat, abans que ningú, pels grans grups empresarials, i, per un altre, en l'explotació sistemàtica i consentida de milions de treballadors i treballadores, inclosos nens i nenes, dels països pobres, la submissió dels quals queda garantit en última instància pel braç militar de les burgesies occidentals, això és, l'OTAN.

#### 4.2. En interès estratègic dels grups de consum en la lluita anticapitalista

Atès que ja hem vist el caràcter protagonista del consumisme en el sosteniment del sistema capitalista postindustrial, sembla peremptori plantejar un model de consum alternatiu tendent a erosionar paulatinament aquesta cultura consumista alienant i criminal. En aquest sentit, la consolidació, al costat d'una altra sèrie d'alternatives, de grups de consum autogestionats i de caràcter anticapitalista, pot resultar determinant a l'hora de posar en peus una estratègia que, d'una banda, ajudi a derrocar el sistema capitalista i, per un altre, articuli un model de consum antagonista que ens permeti viure d'una altra manera, sens dubte més justa amb la naturalesa, el mitjà rural i els sectors de la classe treballadora més exposats a la rapacitat dels mercaders.

Conseqüentment, i sobre la base de l'anterior, entenem que els grups de consum tenen que ser una més de les eines de les quals es doti el poble, i la classe obrera en particular, per plantar cara de manera integral a un sistema, el capitalista, que té en l'expansió irracional de les nostres necessitats una de les seves més perfeccionades eines de submissió.

Per tot això, els grups de consum, com expliquem en altres apartats d'aquest quadern per al debat, obren la possibilitat d'estendre entre els treballadors i treballadores una política de consum que, d'una banda, contribueixi a frenar la destrucció del medi ambient i, per un altre, afavoreixi l'establiment de relacions més justes entre la ciutat i el camp, entre els productors urbans i els productors del mitjà rural.

### La consolidació de grups de consum autogestionats i de caràcter anticapitalista, pot resultar determinant a l'hora de posar en peus una estratègia que ajudi a derrocar el sistema capitalista

Però per a això és necessari que els grups de consum siguin concebuts com a espais de treball col·lectiu en pro de la transformació política. És a dir, des del nostre punt de vista, els grups de consum han d'afavorir un qüestionament del model consumista actual a través de diferents mitjans: afavorint el consum de productes elaborats de manera justa pel que fa al mitjà i la dignitat de l'ésser humà, per descomptat, però també propiciant i amplificant el debat a propòsit de les nostres necessitats bàsiques. I tot això sense oblidar-nos que l'efectivitat política dels grups de consum està lligada en bona part a la imbricació dels mateixos en el procés de lluites que des de diferents fronts és dut a terme per totes les organitzacions, col·lectius i individualitats que el seu objectiu és acabar d'una vegada per sempre amb el sistema capitalista.

### 4.3. CNT i els grups de consum: més autogestió, més conscienciació

La nostra organització, la CNT, va realitzar al seu últim Congrés una aposta decidida per l'engegada de projectes d'economia alternativa al capitalisme, impulsant així un model d'organització obrera que tendeix a complementar les lluites sindicals amb la gradual construcció d'un entorn econòmic tendent a la substitució del capitalisme. En aquest procés, els grups de consum poden ser una altra peça més que ajudi a incrementar el potencial de la classe obrera organitzada.

### els grups de consum han de treballar preferentment amb productors locals, o cooperatives de productors, que treballin sense assalariats i de la manera més respectuosa amb el medi ambient possible

En aquest sentit, i desenvolupant l'anterior, els anarcosindicalistes tenim tres vies possibles (es diria que tres tàctiques) de cara a dur a terme aquesta estratègia d'intervenció política explicitada en paràgrafs anteriors; sota el nostre punt de vista són les següents:

Primera. Constituir grups de consum de CNT: parlem que els sindicats de la Confederació es dotin dels seus propis grups de consum, formats pels seus militants, la qual cosa, al principi, afavoriria la concepció anticapitalista dels mateixos i el seu funcionament assembleari i autogestionari.

Segona. Constituir grups de consum autogestionats: formats per militants cenetistes però oberts a la participació de persones no vinculades al moviment llibertari;

el que permet, d'una banda, obrir un espai de socialització ampli i nou per a alguns membres del grup, i, per un altre, familiaritzar a bona part dels integrants d'aquests grups amb les pràctiques autogestionàries de les quals fan gala les organitzacions i col·lectius de caràcter llibertari.

Tercera. Participar en grups de consum no específicament llibertaris ni autogestionaris: aquesta alternativa es pot plantejar en contextos geogràfics on no existeixin experiències de grups de consum políticament afins a nosaltres; en aquest cas, entenem que la nostra participació en aquests grups pot resultar interessant de cara a visibilitzar el nostre discurs i la nostra aposta pels models d'organització horitzontal.

Per finalitzar, i més enllà de les diferències superficials que puguin tenir els grups de consum de caràcter llibertari o autogestionari existents en l'actualitat, entenem que la praxi quotidiana d'aquests grups ha de girar entorn dels principis de solidaritat, proximitat i respecte al medi ambient. En aquest sentit, entenem que els grups de consum han de treballar preferentment amb productors locals, o cooperatives de productors, que treballin sense assalariats i de la manera més respectuosa amb el medi ambient possible. D'altra banda, el funcionament polític dels grups ha de ser assembleari, procurant que les tasques organitzatives siguin rotatives i facilitant instruments formatius que permetin a cada integrant del grup créixer en conscienciació i, per tant, en responsabilitat envers els seus companys i companyes. En última instància, entenem que per millorar la capacitat d'intervenció política dels grups de consum resulta inexcusable planificar i dur a terme un programa d'activitats que redundin en l'amplificació del debat entorn del consum responsable, fomentant, al mateix temps, l'extensió de xarxes de suport mutu amb organitzacions, col·lectius i individualitats afins al moviment llibertari.

## 5. CONCLUSIÓ

Les diferents transformacions esdevingudes en els centres polític-econòmics del primer món després del final de la Segona Guerra Mundial, van consolidar un nou model de societat, en aquest cas postindustrial, cimentada en gran mesura sobre una cultura de consum irracional i ecocida. Davant aquest consumisme desaforat, que ha estat analitzat com a clau en la fallida de les identitats col·lectives heretades de la societat industrial (parlem, per exemple, de la fallida de la identitat de classe), diversos col·lectius van plantejar la necessitat de generar un debat públic a propòsit de les necessitats reals de la gent, portant a la pràctica algunes fórmules de reapropiació política que van donar origen als grups de consum.

A partir de l'anterior, els grups de consum, encara en la diversitat estructural que dima-

na de la pluralitat ideològica dels mateixos, a poc a poc es van consolidant com una interessant eina d'intervenció política que permet soscavar la base de legitimitat d'un dels pilars del sistema: el consumisme exacerbant.

En aquest sentit, el paper dels anarquistes en general, i dels anarcosindicalistes en particular, ha de ser, en el cas que ens ocupa, dotar al moviment obrer organitzat de recursos organitzatius concordes, i de manera preferent, als nostres principis, tàctiques i finalitats. Això es pot traduir en l'engegada de grups de consum lligats als sindicats de CNT, però també en la constitució de grups de consum amplis i autogestionaris que democratitzin de manera indirecta les pràctiques horitzontals i autogestionàries que caracteritzen a les organitzacions llibertàries.

## 6. BIBLIOGRAFIA

-BAUDRILLARD, Jean: Las sociedades de consumo: sus mitos, sus estructuras. Siglo XXI, 2009.

-BAUMAN, Zygmunt: Mundo consumo. Paidós, 2010. - BELL, Daniel: El advenimiento de la sociedad post-industrial. Alianza, 2006.

-CAPRA, Fritjof: La trama de la vida. Ana-grama, 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. Trafican-tes 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](http://www.vientosur.info/articulosabiertos/VS108_Vivas_Consumo.pdf)

Pots accedir a un amplí listat de grups de consum i experiències similars a l'estat espanyol clicant a l'adreça de la pàgina web que t'indiquem a continuació; en ella també podràs trobar altres referències bibliogràfiques interessants: <http://gruposdeconsumo.blogspot.com/>



Confederació  
Nacional del  
Treball

