

Política y consumo: elecciones a la vista

Desinterés, banalidad y escasa imaginación de los partidos

A estas alturas es evidente que la política de consumo y de los consumidores no tiene ninguna relevancia en los programas electorales de los partidos políticos en España. Y todavía menos los problemas y la política de los usuarios de servicios financieros. Ni siquiera cuando se anuncian unas elecciones que todos los analistas opinan que estará centrada en la economía, y cuando en cualquier debate privado o institucional sobre consumo en general o consumo financiero, unos y otros se acogen al gastado tópico de "todos somos consumidores". Las propuestas electorales, y en general las políticas para fomentar los derechos de los consumidores se han movido desde hace años entre el marketing electoral y la escasa imaginación. Ante esta situación, ¿qué podemos esperar los sufridos usuarios de servicios financieros?

Legislatura tras legislatura, los procesos electorales vienen evidenciando que los programas políticos en materia de consumo están faltos de imaginación, con unos políticos abúlicos en este sentido, y con poco interés en consultar, a la hora de elaborar sus respectivos programas, con las organizaciones de consumidores y usuarios para conocer de primera mano los problemas de aquellos. Un ejemplo del efecto decorativo que tiene la política de consumo en las ofertas electorales y programas.

POCA PREOCUPACIÓN POR EL CONSUMO EN LOS PROGRAMAS ELECTORALES

A pesar de que el consumo se ha consagrado como factor económico y social de primer orden y los problemas se han multiplicado para millones de consumidores, ni la labor y coordinación administrativa de las instituciones de consumo se ha correspondido con sus dotaciones presupuestariamente, ni la proliferación legislativa en defensa del consumidor desde los principios de la democracia, han dado solución suficiente al bienestar exigible de los ciudadanos consumidores. Leyes tan encomiables como la de Condiciones Generales de la Contratación o funestas como Disposición Adicional 4ª sobre bienes tangibles de la Ley de Instituciones de Inversión Colectiva; la legislación de garantías y seguridad de los productos ad infinitum; una ley tan decisiva como la Ley de Reforma del Mercado Hipotecario; la insustancial y extemporánea ley de "Bienes Tangibles"..... han tratado cuestiones que siguen preocupando a todos los ciudadanos pero que se han plasmado en conjunto en una normativa que resulta muchas veces estéril y farragosa por su dispersión y por la falta de medios eficaces para su aplicación, sobre todo preventiva, que es lo más importante para los consumidores. Todo esto es particularmente grave en los servicios

bancarios y financieros por el mal endémico de su singularidad jurídica, separada de la legislación de consumo, que todos critican, pero nadie se decide a atajar.

Una legislación dispersa y una descoordinación interterritorial (partidista e interesada a veces) que clama al cielo, junto al tradicional marketing consumista agresivo de las grandes empresas y marcas llevan a millones de familias a la insatisfacción permanente y a un sobreendeudamiento peligroso que convierte en papel mojado cualquier esfuerzo por introducir un concepto social, racional y responsable del consumo. Frente a ello, los programas políticos siguen repitiendo, como manidas "cláusulas de estilo", las propuestas de siempre y con el añadido de una escasa profundización: "información y formación, refuerzo de las redes de arbitraje y OMICs, fomento del asociacionismo", etc.

LOS SERVICIOS FINANCIEROS: LOS ETERNOS OLVIDADOS

Los nuevos problemas en los servicios financieros, como la contratación de productos y servicios de ahorro inversión cada más complejos y el papel de millones de pequeños accionistas - familias que tienen invertidos sus ahorros en la bolsa, directamente o a través de Fondos de Inversión y Pensiones, etc-- a pesar de los graves problemas que les han dado desde hace años y en la actualidad por la situación de crisis financiera global, siguen sin resolverse. Otro tanto cabe decir de los problemas de endeudamiento, donde se evidencian urgentes reformas de carácter social sobre todo al calor de datos tan preocupantes como el aumento de los embargos de vivienda por quien no puede pagar su hipoteca, etc. Así, se hacen necesarias una ley de Sobreendeudamiento de las Familias, unas reglas de juego en las abusivas comisiones ban-

carias, la puesta en vigor efectivo de la caduca Ley de Usura, etc...

En estas condiciones el sentido crítico de los consumidores ante los programas electorales debe agudizarse para un consumo responsable de política. Las cuestiones pendientes son todavía muchas. Nadie se compromete a dictar una reglamentación eficaz específica de Asociaciones de Consumidores y Usuarios que ponga orden y ofrezca garantías de viabilidad a las reformas que introdujo el Capítulo VI de la Ley de mejora de los derechos de los consumidores en 2006, o a abordar el infamante problema de los miles de chiringuitos de intermediación de crédito y reunificación de deudas que están afectando a cientos de miles de familias y causando incluso muchas estafas de alguno de estos chiringuitos. Los Gobiernos de turno y la respectiva oposición, a nivel nacional o autonómico, casi siempre se ponen de acuerdo a favor de los bancos y las "grandes" compañías cuando lo que está en cuestión es algo que afecta a los poderes financieros o a los grandes monopolios; lo hemos visto en toda la legislatura: en las cuestiones decisivas para los consumidores y usuarios no hay oposición ni crispación entre el Gobierno y la oposición. En cuanto al resto de grupos políticos, que parecen resignados a asumir y representar su papel, bien como valedores de sus respectivos feudos nacionalistas, bien como comparsas ocasionales, tampoco la imaginación y el compromiso con los consumidores destaca, salvo honrosas excepciones, en sus compromisos y apuestas políticas y electorales.

UN TEMA SANGRANTE: LAS CAJAS DE AHORROS

Estas entidades "benéfico-sociales"(!!), que disponen de más del 50% del sistema financiero español, se gobiernan con una farsa de democracia que sólo interesa a los políticos mientras se aprovechan de los ahorros de millones de

consumidores y ciudadanos como cualquier banco más, y para más inri presumiendo de obras sociales. ¿Alguien ve alguna diferencia entre los partidos en el Gobierno y en la oposición respecto a este tema? El anuncio periódico de reformas en estas instituciones populares siempre acaba en algún reparto de la tarta entre todos con la anuencia interesada de los altos empleados, que mansamente se llevan siempre la parte “del león”. ¿Hasta cuándo se tolerarán los aquelarres electorales que pretenden justificar con una supuesta “democracia” en las cajas el vergonzoso despotismo en estas instituciones a pesar de la legislación, nacional y autonómicas, que las regulan como democráticas?

“PRODUCTOS Y SOLUCIONES MILAGRO”: PIZARRO Y SOLBES

Aquí sí que los consumidores deben agudizar su sentido crítico electoral, y puesto que todos los políticos han entrado en el juego de convertir las elecciones en una marketinesca venta de productos, debemos aplicarles todas las reglas del buen consumidor: evitar “productos milagro”, tóxicos y peligrosos, no dejarse llevar por la publicidad engañosa, exigir plazos y garantías del producto... antes de comprar lo que nos quieren vender unos y otros.

Como si de superhéroes de cómic se tratara los dos partidos políticos mayoritarios han puesto nombres sobre la mesa del mercado electoral: Solbes y Pizarro, como “panaceas” ante la agitada situación económica nacional e internacional. ¿Alguien se cree que estos dos políticos o cualquier Gobierno en España sea del signo que sea, o incluso organismos como el Banco de España, pueden resolver la crisis financiera y económica global, o cambiar de un plumazo electoral la estructura tradicionalmente desequilibrada por las construcciones y la banca de la economía española?

Sobre el señor Solbes hemos estado 4 años oyendo las alabanzas unánimes del Partido Popular como buen ministro y rector de la economía, hasta el día en que se comprometió a repetir candidatura con el PSOE. Podríamos estar de acuerdo con el PP: Solbes ha sido un correcto ministro de economía, sobre todo correcto con los grandes poderes económicos y financieros, pero desde luego a los consumidores y usuarios de servicios financieros no nos ha convencido, y sigue sin convencernos.

En cuanto al señor Pizarro, abogado inteligente y astuto, paradójicamente también era alabado por todos, incluso por sectores socialistas en Aragón, suponemos que con conocimiento de Madrid. Pero tampoco nos convence a los consumidores, porque le conocimos de presidente de Ibercaja (asentado cómodamente sobre el mismo sistema electoral fraudulento creado por su antecesor, el anticuado Martínez Candial), de presidente de la Bolsa, de presidente de Endesa... y sabemos que le preocupaban los consumidores de servicios financieros tan poco como a los demás. Visto todo ello, como consumidores debemos saber que hay que tener mucho cuidado con los “productos milagro electorales”, por los riesgos de vicios ocultos e incluso los fraudes que llevan aparejados etc.

LA PARTICIPACIÓN CONSCIENTE Y CRÍTICA, EL VERDADERO PODER DE LOS CONSUMIDORES

Comprendemos que los problemas de libertades y derechos, bienestar social, empleo y otros que están hoy en el candelero político y legislativo son muy importantes para el país y para la democracia, pero resulta paradójico que el movimiento de consumidores no sepa llevar sus problemas, los de la mayoría de sus ciudadanos, al primer plano político más que con motivo de catástrofes y fraudes a los consumidores.

Los ciudadanos o votantes si se prefiere, somos también consumidores, y es evidente la necesidad de que se ofrezcan iniciativas efectivas y concretas que de verdad supongan un cambio y una demostración de la existencia de un interés real por su protección.

Todas estas reflexiones sólo pueden concluir en la necesidad de consumir política de forma responsable, lo que implica aplicar lo que decimos respecto de la política de consumo a otros ámbitos y exigencias políticas y sociales, y no caer en el simple truco de las contraposiciones izquierda-derecha-centro guiados únicamente por el marketing electoral (que no aspira precisamente a fomentar decisiones racionales).

Por eso, consideramos muy importante la participación activa de los ciudadanos en los procesos políticos que sólo en una visión muy mezquina de la política consideran a ésta como mero ejercicio del voto cada cuatro años. Hay que dejar claro que la participación electoral no es la única forma de participación en una democracia avanzada. Los consumidores para lograr la atención necesaria a sus reivindicaciones deben adoptar posiciones activas y actuar en las fórmulas adecuadas (entre las que la participación en las asociaciones de consumidores resulta el mejor ejemplo). El no tomar posiciones activas votando o incluso no votando, si se elige esa opción, es el principal impedimento y un grave error para el objetivo de equilibrar la posición de los consumidores frente a los poderes empresariales y los problemas que plantean.

Por supuesto ADICAE no quiere decidir por sus socios y simpatizantes, los ciudadanos decidirán libremente votar a unos u otros o incluso no hacerlo con plena conciencia. Los Consumidores-ciudadanos tienen en cualquier caso derechos hasta creerse las promesas electorales, aunque quizás tras dejar la papeleta, y como diría el torero, se despidan con un “que dios reparta suerte”.

Hipotecas, Créditos Rápidos y Reunificación de Créditos

Guías prácticas para negociar, contratar y defender sus derechos

Solicítelos



ADICAE
Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros

Colabora:



Esta publicación ha sido subvencionada por el Ministerio de Sanidad y Consumo. Su contenido es de responsabilidad de la Asociación.

ADICAE
C./ Gavín, 12 local. 50001 ZARAGOZA
Tfno.: 976 390060 ■ Fax: 976 390199
y en la web www.adicae.net