

CONSUMIDORES

Desde el día en que nacemos, nos convertimos en personas; desde la toma de la Bastilla en la Francia revolucionaria somos ciudadanos; proletarios tras el manifiesto de Marx, potencialmente electores a los dieciocho años, en Córdoba adquirimos además la condición propia de peñistas...pero hay un calificativo, una nueva categoría que nos engloba a todos y que por los designios de Adam Smith y su doctrina económica liberal nos tilda como consumidores. Todos los productos tienen su mercado, y todo mercado su clientela.

El 15 de marzo del año 1.962 el presidente John Kennedy, tomaba conciencia de ello ante el Congreso norteamericano diciendo que “ser consumidor, por definición nos incluye a todos. Somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas... pero es el único grupo importante cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados”, postulando desde entonces la protección del consumidor, cuyo día internacional se celebra desde 1.983.

Somos el oscuro objeto del deseo de grandes multinacionales y pequeñas empresas, de directores de marketing y campañas publicitarias, de rebajas de temporada y semanas fantásticas, de multitud de jornadas del del padre y la madre... y de cuentas de resultados. Sí, consumidores pacientes, ansiosos y sufridos, compulsivos e insaciables. Un elemento decisivo sobre el que gravita el mercado que, como ahora tiembla cuando el consumidor se retrae ante la falta de dinero. Pero por encima de dicha condición, le corresponde a la persona distinguir entre las necesidades reales y ficticias, y al ciudadano exigir el acceso a bienes y servicios básicos esenciales, el derecho a protegerse contra productos y procesos peligrosos, a recibir información para una elección correcta ya que, como reza la campaña el consumidor bien informado es un cliente satisfecho; a la protección contra la publicidad y rotulación deshonesto o confusa, el derecho a escoger productos y servicios a precios competitivos con la seguridad de una calidad satisfactoria; el derecho a ser escuchado y estar representados en la elaboración y ejecución de las políticas gubernamentales, a recibir una reparación adecuada por quejas justas, inclusive compensación por información engañosa, bienes defectuosos o servicios insatisfactorios y el derecho a la educación que nos lleve a un consumo responsable. En ese camino nos coadyuvan multitud de asociaciones que velan por el respeto de esos derechos, junto a sistemas arbitrales y una legislación garantista y protectora, siempre en guardia ante nuevas fórmulas, como el mercado telemático o las prácticas restrictivas de competencia.

Francisco García-Calabrés Cobo