

EL MOVIMIENTO DE CONSUMIDORES

formación de activistas

Armando Flores

CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR / SAN SALVADOR, EL SALVADOR
direccion@cdc.org.sv

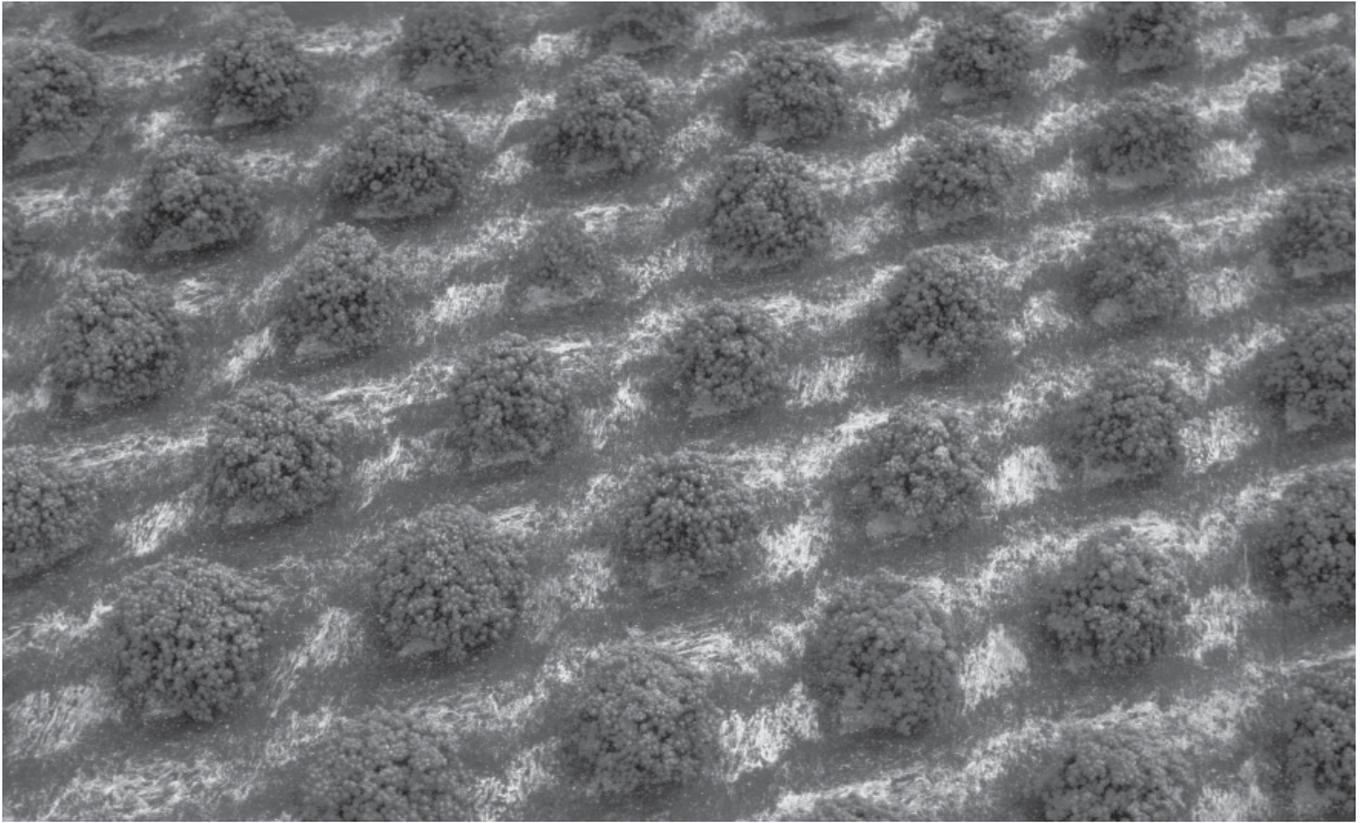


INTRODUCCIÓN. El nivel de acceso, las condiciones de calidad y de prestación de los servicios básicos constituyen un importante indicador sobre la calidad de vida de la población y del desarrollo socioeconómico en que se encuentra un país.

Desde la perspectiva neoliberal, la mejor forma de lograr una situación deseable es a través de la reducción o la eliminación del rol estatal en la prestación de estos servicios; bajo esa lógica, en El Salvador, desde 1989, se viene implementado un proceso privatizador, que ha abarcado el servicio de telefonía básica y el servicio de energía eléctrica (50% en la generación y 100% en la distribución); esta tendencia pretende continuar con los servicios públicos de salud y agua potable.

A diferencia de lo ofrecido, las privatizaciones de los servicios públicos han ocasionado considerables y constantes incrementos de las tarifas, no han dado respuestas a los graves problemas de acceso a estos servicios por parte de importantes estratos poblacionales, y quienes tienen el privilegio de recibirlos se encuentran atrapados en las prácticas ilegales e irregulares cometidas por las empresas prestadoras, por una parte, y la ausencia o la fragilidad de las instituciones reguladoras, por la otra.

Así, desde hace 15 años, la principal amenaza a los derechos económicos y sociales de los salvadoreños proviene del modelo de globalización neoliberal, que pretende convertir a los ciudadanos en clientes y a los gobiernos en servidores de los poderosos capitales transnacionales.



Teniendo en cuenta este contexto, desde 1991, el Centro para la Defensa del Consumidor (de aquí en adelante CDC) viene desarrollando en El Salvador una experiencia educativa con el propósito de generar una ciudadanía activa, conocedora y defensora de sus derechos como persona consumidora. En el siguiente apartado se presentan las principales actividades desarrolladas y los resultados obtenidos.

ACTIVIDADES Y RESULTADOS. Los primeros esquemas de intervención fueron en el campo de la educación no formal; se trató de acciones puntuales (jornadas de capacitación) dirigidas principalmente a pobladores de barrios pobres en áreas urbanas y suburbanas, particularmente en San Salvador, la ciudad capital. Son características de esta etapa la mezcla entre activismo, dispersión temática y territorial, pero también el contacto directo con la persona consumidora y el derroche de energías, todo lo cual sin duda sirvió de base importante para lo que sucedería posteriormente.

Consciente de los resultados positivos, pero también de las limitacio-

nes de este esfuerzo, y teniendo en cuenta que en 1994 había iniciado la Reforma Educativa, el CDC tomó la decisión de buscar influir en el Ministerio de Educación a fin de que se incluyera este tema en el trabajo de reforma. Para facilitar este proceso, el CDC elaboró propuestas de guías metodológicas y contenidos de textos educativos, que fueron presentados y analizados con funcionarios del Ministerio; debe reconocerse que dentro del apoyo técnico que tuvo el CDC en este período, está el que dio Consumers International, que es la federación mundial de organizaciones de consumidores.

Como resultado de este esfuerzo, se logró incorporar la educación para el consumo como un eje transversal del currículum; los textos educativos de los tres niveles de educación básica y los textos del segundo nivel de educación de adultos poseen contenidos de educación para el consumidor; y en el programa de educación media se incluyó un seminario sobre Educación para el Consumo.

Luego de tan importante paso, el Ministerio de Educación ha avanzado muy poco en la aplicación de este

eje transversal; a la fecha todavía no existe un programa permanente de capacitación a los docentes para que puedan desarrollar el tema en la escuela, como tampoco se han destinado recursos ni herramientas educativas que coadyuven a tal propósito.

Considerando estos vacíos y teniendo en cuenta sus propias limitaciones, entre 1996 y 1998 el CDC ejecutó el proyecto denominado "Educando al consumidor en el municipio de Nejapa", que contribuyó a la elaboración del primer Programa de Educación al Consumidor, que abarcaba los siguientes ejes fundamentales: el consumo; derechos del consumidor; servicios básicos; calidad, pesas, medidas y etiquetado; economía familiar; y consumo y medio ambiente. Este programa se dirigió principalmente a estudiantes de educación media y a docentes, quienes obtuvieron capacitación y orientación sobre los derechos de la persona consumidora, y lográndose a corto plazo un efecto de continuidad y multiplicación de la experiencia. También se realizaron acciones de información y sensibilización sobre la importancia de la protección del consumidor,



dirigidas a líderes de comunidades y colonias del municipio.

Como parte del proceso de evaluación y sistematización de esta experiencia, el CDC concluyó que la capacitación y orientación desarrollada con docentes y estudiantes del municipio de Nejapa logró un importante efecto multiplicador; sin embargo, se consideró importante buscar una mayor cobertura de la acción, lo que exigía más coordinación con el Ministerio de Educación, pues el trabajo del CDC puede reforzar pero no sustituir el quehacer del Estado. De la misma manera, el trabajo de sensibilización con líderes locales mostró la necesidad de incorporar temas concretos y cotidianos para la ciudadanía, tales como la problemática de los servicios básicos, acción que debía enmarcarse en procesos más sostenidos y con mayor organización de la población.

Este proceso de reflexión condujo a la redefinición de la estrategia educativa. Se toma la decisión de que este trabajo, entre otras áreas, debía incorporar la capacitación de multiplicadores (estudiantes, docentes y lí-

deres comunales) y la producción de material educativo.

Ahora la cobertura territorial era de seis municipios, seleccionados a partir de criterios tales como el interés mostrado por el gobierno municipal, experiencia previa de coordinaciones puntuales o coyunturales, experiencias de denuncias de casos colectivos de servicios básicos, ciudades estratégicas con poblaciones grandes, potencialidad para la participación ciudadana y otros.

Los contenidos de la capacitación buscaban la preparación de personas multiplicadoras de los conocimientos adquiridos en materia de protección al consumidor. Este propósito llevó a la renovación del diseño del material educativo, que se plasma en la elaboración del manual *La ciudadanía y su relación con el consumo*, que abarca cinco módulos: la sociedad y el consumo, los consumidores y el mercado, los derechos del consumidor, los servicios públicos y el consumo, y la organización de los consumidores.

Considerando quiénes son los actores con mayor potencialidad de multiplicación y de promoción de ini-

ciativas ciudadanas para la defensa de sus derechos como personas consumidoras, a partir del año 2000 el CDC concedió una mayor prioridad a la formación de líderes en comunidades, barrios y colonias, personas que gozan de reconocimiento o representatividad de una base organizada y que poseen capacidad de convocatoria.

Esta priorización fue retomada en el Plan Estratégico del CDC para el período 2001–2003, documento donde se reafirma nuestro posicionamiento institucional como organización comprometida con la participación ciudadana, planteando como objetivo estratégico *apoyar el surgimiento en El Salvador del movimiento de consumidores, con el fin de elevar la exigencia ciudadana en la defensa de sus derechos en materia de consumo*, y se afirma como eje aglutinador el tema de los servicios públicos, que por su impacto en las condiciones de vida de las familias tiene alta potencialidad movilizadora.

Este reto institucional únicamente puede hacerse desde una concepción de proceso; las estrategias y objetivos programáticos deben confluir hacia el objetivo de articular un mo-

vimiento de consumidores, el cual, por su naturaleza, debe ser amplio, plural, creíble, representativo, capaz de interpretar al conjunto de la sociedad en su calidad de consumidora y asumirse como fuerza social necesaria para el respeto de los derechos que deben ser establecidos en las relaciones de consumo.

La construcción del movimiento de consumidores en El Salvador empezó a desarrollarse a partir de dos estrategias principales: la organización de grupos gestores de iniciativas ciudadanas locales y la creación y desarrollo de una red de consumidores en acción.

Teniendo en cuenta que el programa de capacitación existente había sido diseñado principalmente para estudiantes y profesores, en el año 2001 se hizo evidente la necesidad de ajustar el programa de capacitación, incluyendo a los líderes comunales como grupo destinatario e incorporando elementos que permitieran comprender y actuar frente a la problemática de los servicios básicos (agua y energía eléctrica).

De esta manera, el programa de capacitación plantea resultados de acuerdo al tipo de grupo destinatario; así tenemos que se espera alcanzar el conocimiento y difusión de derechos de la persona consumidora tanto entre estudiantes como entre maestros, promotores sociales de alcaldías municipales y líderes comunales; se espera obtener el resultado de que las personas capacitadas (líderes, promotores y maestros) se conviertan en agentes multiplicadores de los derechos del consumidor; la contribución a la organización local para defender sus derechos de consumidores se lograría con los promotores sociales de alcaldías municipales y con los líderes comunales; y con este último grupo se lograría la gestión e incidencia para la solución de los problemas que se den en las relaciones de consumo.

Se hace claro entonces que es de los líderes locales de quienes se esperaría mayor contribución en la promoción y defensa de los derechos de los consumidores; por lo tanto, la construcción del movimiento de con-

sumidores pasa por el fortalecimiento de los grupos gestores como un aspecto fundamental.

Como resultado de todo este proceso de acción-reflexión-acción, en el año 2003 se revisaron la concepción y las estrategias para la educación del consumidor, buscando trascender la visión del programa de capacitación a una nueva concepción de formación de líderes locales, concebido como un proceso educativo más integral y sostenido que les fortalece como gestores de iniciativas ciudadanas de defensa de los derechos de las personas consumidoras. Este programa de formación de líderes locales ya fue elaborado y durante el año 2004 será validado.

La capacitación y el acompañamiento técnico y político brindado por el CDC ha hecho que ahora funcionen ocho grupos locales para la defensa del consumidor, que desde el 2001 se foguean con diversas iniciativas para la defensa de sus derechos como personas consumidoras, habiendo desarrollado, entre otras, las siguientes acciones conjuntas:





- Los líderes de los municipios de Usulután y Zacatecoluca, en coordinación con el CDC, gestionaron exitosamente la resolución de casos colectivos de consumo de energía eléctrica ante las empresas distribuidoras (2001).
- Campaña conjunta con unas cuarenta comunidades de municipios en la periferia de San Salvador, afectadas con la problemática de desabastecimiento de agua potable, lográndose el mejoramiento del servicio y la atención de problemas concretos en varios sectores (2001).
- Campaña por la restitución del subsidio a la energía eléctrica, que logró la realización de 12 marchas a nivel local y la recolección de 50 mil cartas ciudadanas dirigidas al Presidente de la República, logrando que se mantuviera el subsidio a las familias más pobres (2002).
- Campaña para eliminar la comisión bancaria en el pago de servicios públicos (2002), que logró parar un cobro que anualmente significaría una pérdida de 12 millones de dólares para las personas consumidoras en El Salvador.
- La Contraloría Ciudadana sobre la Prestación y Facturación del Servicio de Agua Potable (2003) logró la devolución de 20 mil dólares por cobros ilegales en el servicio de agua.

RECOMENDACIONES PARA LA ACCIÓN

1. Se recomienda que la educación al consumidor sea conceptualizada como parte esencial del proceso de toma de conciencia y de activación de la organización ciudadana para la defensa de los derechos en materia de consumo.
2. Es muy importante que, de acuerdo a las realidades de cada país o región, se realice una priorización de los grupos destinatarios de la capacitación y de los temas que poseen una mayor potencialidad para alcanzar los resultados previstos.
3. La evaluación y sistematización de experiencias es fundamental para dar una mayor consistencia, sostenibilidad a todo esfuerzo de educación y capacitación al consumidor. □



Lecturas sugeridas

CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 1998. *La ciudadanía salvadoreña y su relación con el consumo*, CDC, San Salvador.

CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2003. *Programa de formación de líderes y lideresas de grupos gestores*, CDC, San Salvador.

CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2003. *Guía de educación al consumidor*, CDC, San Salvador.

KOLDSOE, B., 2003. *Sistematización de la experiencia del CDC en la promoción de la participación ciudadana*, CDC, San Salvador.

Todas estas publicaciones pueden ser adquiridas solicitándolas al CDC.
e-mail: cdcentral@cdc.org.sv

