

<https://info.nodo50.org/Mas-alla-de-no-comprar-en-que.html>



Más allá de no comprar: en qué consiste la huelga de consumo del 8M

- Noticias - Noticias Destacadas -



Fecha de publicación en línea: Viernes 2 de marzo de 2018

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

El movimiento feminista propone dejar de consumir el próximo 8 de marzo, el eje más desconocido de los planteados para el Día Internacional de la Mujer.

Llamamos a "reducir el consumo a lo estrictamente necesario para tu supervivencia y tu activismo", explican desde la Asamblea 8M.

Además de no comprar, hay otras iniciativas alrededor de la huelga, como las comidas colectivas de tupper en la calle y depositar mensajes feministas en tiendas.

A lo mejor este marzo te llevas una sorpresa al probarte unos pantalones en una tienda. "Tu cuerpo es tuyo", "no te avergüences de cómo eres". Son algunos de los mensajes que puede que halles en sus bolsillos gracias a una iniciativa que se está fraguando en el seno del movimiento feminista con motivo de la huelga de consumo convocada para el 8 de marzo. De todos los ejes de la huelga por el Día Internacional de la Mujer, que llama a las mujeres a parar en el mundo laboral, estudiantil, de cuidados y consumo, este último es uno de los más desconocidos. No solo es una llamada a no comprar y al boicot de empresas con anuncios publicitarios machistas, la acción pretende generar una oportunidad para reflexionar sobre el modelo económico y su repercusión en la vida de las mujeres.

Este sábado, [algunas convocantes de la huelga del 8M acudían a los mercados de Madrid para explicar en qué consiste la movilización](#). La mayor parte de la gente que se paraba a escuchar en Arganzuela apenas ha oído hablar de la huelga de consumo. El desconocimiento se apoya en parte en que España es un país con "muy poquita tradición" en boicots y huelgas de consumo, explica Carmen Valor, profesora en la Universidad de Comillas y miembro de Economistas Sin Fronteras. Frente a Reino Unido y EEUU, entre otros estados, en los que las acciones contra empresas o prácticas concretas son mucho más comunes, España tiene escasos ejemplos sobre los que apoyarse.

Frente al Black Friday "tenemos el Día de no Comprar, que es una iniciativa internacional, y luego está el Día de apagar la luz. Ambas tienen el mismo carácter: son más expresivas que punitivas", explica la profesora Valor. Es decir, las jornadas buscan demostrar y hacer visible una situación más que dañar en los beneficios a una determinada empresa, algo bastante complicado y que requiere organización y fijar un objetivo muy concreto. La docente considera que ese mismo espíritu subyace en la huelga feminista de consumo: "No puedes hacer caer el sistema capitalista neoliberal en un día, pero es una demostración de valores, una acción estratégica para visibilizar un descontento".

Por qué llama el feminismo a no consumir

Marta Pascual, miembro de la asamblea 8M y del grupo de Ecofeminismo de Ecologistas en Acción, reconoce que mientras que el discurso feminista está filtrando con fuerza en lo laboral y [en el ámbito de los cuidados](#), la perspectiva de género en el consumo está menos extendida. Y una huelga de estas características tiene pocos precedentes. "Es tan nuevo... estamos construyendo, viendo cómo hacerla", afirma con una ilusión palpable. "Lo primero que estamos intentando explicar es qué es lo que denunciamos y por qué llamamos a actuar contra empresas o no comprar ese día".

Hay varias críticas concretas en la diana de la huelga de consumo feminista: las mujeres y sus cuerpos utilizados

como reclamo publicitario de manera denigrante, [la llamada "tasa rosa"](#) que hace que productos para mujeres sean más caros, las empresas con gran mayoría de directivos hombres y los efectos medioambientales del sistema económico y de consumo neoliberal "que afectan más a las personas pobres y a las mujeres". A estas se pueden unir muchas otras facetas de un mismo mal: "Denunciamos un sistema económico que elige el beneficio económico por encima de las necesidades de las personas".

La crítica al sistema capitalista fue uno de los motivos que [adujo Inés Arrimadas para no apoyar la huelga del 8M](#). Marta Pascual insiste en la necesidad de profundizar en las raíces que sustentan la discriminación entre hombres y mujeres, en el trabajo y en la esfera social, y que en su opinión se apoyan en el sistema económico. "El mundo empresarial aguanta en pie porque hay un batallón de mujeres trabajando de manera gratuita, y eso no se nos reconoce; queremos denunciar ese sistema económico".

Del tupper colectivo a los mensajes en bolsillos

Pascual explica que, ante este escenario, desde el movimiento feminista proponen "no comprar, que se reduzca al máximo el consumo de los recursos de energía y de transporte y que se planteen otras formas de consumo para el futuro". La premisa consiste en "reducir el consumo a lo estrictamente necesario para tu supervivencia y tu activismo". La idea no es pasar hambre, argumenta Pascual, ni quedarse aislado sin poder ir a la manifestación de una ciudad cercana el 8 de marzo, sino que el consumo sea pensado, reflexionado desde una postura crítica, como la que basará la decisión de acudir o no al puesto de trabajo el 8M o de desligarse de los cuidados durante esa jornada.

Además de una llamada genérica a no consumir, hay más acciones alrededor de la huelga de consumo que buscan sacar los colores a las prácticas machistas del sistema económico. Una de ellas para todo el mes de marzo, explica Marta Pascual, pasa por "colocar mensajes feministas en los bolsillos de las prendas de ropa en las tiendas", para que las clientas los descubran al probárselas o al llegar a casa. También se están organizando "comidas colectivas de tupper en las plazas, para hacer visible la huelga de consumo ese día, para mostrar: 'hoy no voy al bar'", prosigue la activista de Ecologistas en Acción, organización que ha preparado un vídeo explicativo con ideas sobre [cómo hacer la huelga de consumo](#).

También hay llamadas al boicot de empresas con prácticas machistas, "no hemos hecho una investigación exhaustiva, pero señalamos a varias compañías", así como propuestas para repartir información sobre la huelga del 8M en puntos comerciales. Carmen Valor insiste en que la clave para que este tipo de acciones tengan éxito es facilitar otras opciones a los consumidores: "Si hay una alternativa clara, los boicots funcionan mejor. Si le dices a la gente, no consumas aquí sino en este otro lado. Si propones, por ejemplo, una lista de negocios gestionados por mujeres o de empresas con prácticas más igualitarias, das más pistas a las mujeres para actuar".

El objetivo de huelga de consumo, como en el resto de ejes, es plantar una semilla de conciencia feminista que arraigue más allá del 8M, sostiene Pascual. "No queremos que las tiendas cierren por falta de público, es algo más simbólico que logre mover el debate. Queremos dar una colleja al sistema".