

<https://info.nodo50.org/Se-optimista-Consume-hasta-morir.html>



Se optimista: ¡Consume hasta morir!

- Noticias - Noticias Destacadas -



Fecha de publicación en línea: Domingo 28 de febrero de 2010

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

Un inquietante anuncio con fondo negro muestra únicamente la dirección web estosololarreglamosentretodos.org, pero, ¿quién hay detrás de esto?

Es una campaña publicitaria iniciada por Jaime de Andrés, responsable de publicidad corporativa de Telefónica junto a Javier Gómez Navarro (ex ministro de comercio y actual presidente del Consejo Superior de Cámaras), el economista Guillermo de la Dehesa y los abogados Antonio Garrigues Walker y Miquel Roca. "Es una llamada a la sociedad civil para que se movilice", explicaron los responsables de la iniciativa, que durará dos meses, con spots en televisión, inserciones en prensa y cartelería exterior. En total, el coste de la campaña será de cuatro millones de euros que han puesto las Cámaras de comercio, la patronal de las grandes empresas constructoras (Seopan) y un buen número de grandes empresas (Telefónica, Iberia, El Corte Inglés, BBVA, Santander, La Caixa, Caja Madrid, Repsol, Cepsa, Endesa, Iberdrola, Mapfre, Abertis, Mercadona, Indra, Renfe y Red Eléctrica).

El proyecto es tan ambicioso que se ha creado una institución para que gestione todo esto, la Fundación Confianza. El spot televisivo recoge justamente el manifiesto de la Fundación en la voz de ciudadanos anónimos y de personajes famosos, como los deportistas Fernando Romay, Carlos Sainz o los hermanos Gasol, los presentadores Àngels Barceló y Andreu Buenafuente, el escritor Juan José Millás, el cocinero Ferran Adrià o el cantante Melendi.

Quizás tu seas uno de los 4.048.493 de parados que registraba el Servicio Público de Empleo Estatal en enero (si a esto sumamos los parados en cursos de formación, los Trabajadores Eventuales Agrarios (TEAAS) y los que buscan empleos de media jornada o sólo en su localidad, entonces tenemos 4,5 millones de desempleados, casi el 20% de la población activa). Si es así, quizás no tengas mucho ánimo para arreglar la economía de este país. O quizás te preguntes: ¿Y por qué empresas y organismos tan importantes quieren que yo sea optimista?

Bueno, para empezar, el alto ejecutivo que ha iniciado esta iniciativa trabaja para Telefónica, una empresa que aumentó su beneficio neto un 2,4% en el ejercicio 2009, es decir que incluso en crisis, tienen razones para ser optimistas, no como los 4,5 millones de parados. Pero el problema parece ser que la crisis ha hecho mucho daño en las economías más bajas y en las expectativas de consumo de la clase media: mientras que en Francia, ya en el segundo trimestre de 2008 el gasto privado volvía a crecer tras la crisis, en España no ha dejado de bajar desde 2007 y el repunte en último trimestre es mínimo: 21 meses cayendo el consumo y con la confianza del consumidor casi por los suelos. Así que se preguntaban en el diario económico Expansión: "resulta llamativo que países de nuestro entorno como Francia, Grecia, Portugal, Italia o grandes potencias como EEUU y Japón ya llevan varios trimestres viendo cómo crece su consumo privado. ¿Por qué en cambio los españoles hemos preferido tener el dinero parado en el bolsillo?"(1). El asunto, es evidente, preocupa mucho al mundo empresarial, en palabras del mismo diario: "En el consumo está la clave de la recuperación económica, porque el gasto de los hogares representa, nada más y nada menos, que 2/3 del PIB en España."

Quien no tienen dinero no gasta y, quien tiene algo, lo ahorra. Así parece que funciona la economía doméstica española, puesto que ya en la crisis de 1993 la tasa de ahorro se elevó hasta el 16%, para después caer al 10,2% en 2007. En el tercer trimestre de 2009 (último dato disponible), superaba ya el 14%. "Esta peculiaridad nos distancia, por ejemplo, de EEUU donde tienen más tendencia al consumo y no tanto al ahorro", explica Sara Baliño, analista de AFI en Expansión. Funcas, la Fundación de las Cajas de Ahorros ya ha anunciado que el aumento del ahorro se mantendrá todo este año (llegando a una tasa de ahorro del 18,2%), así que las perspectivas no tranquilizan mucho al mundo empresarial.

Y en este contexto nace una campaña publicitaria sufragada por buena parte de los que nos han llevado a esta

crisis, como las empresas constructoras o los bancos que han dado alegres préstamos a la locura del ladrillo. Ellos nos piden un esfuerco más. Lo decía el propio promotor de esta iniciativa, Jaime de Andrés: "Para medir el éxito del proyecto seguiremos indicadores institucionales y el seguimiento de la web. Pero también sería una señal ver cambios en determinadas posiciones en la sociedad" (Público, viernes 26 de febrero) ¿Se referirá a que salgamos de una vez a la calle a pedir que con nuestro dinero no se financie a los bancos? ¿O se refiere a que pidamos préstamos e hipotecas y nos pongamos a comprar y gastar? En la propia página web del proyecto hay una sección de "buenas noticias", y hay dos que dan alguna pista: "Ya compramos más (en el cuarto trimestre del 2009 el gasto en consumo final de los hogares españoles pasa del -5,0% al -3,5%) y "El número de viviendas hipotecadas crece por primera vez en dos años y medio".

Así pues, nace una campaña que intenta que el optimismo se traduzca en tarjetas de crédito moviditas, bolsillo ligero e incotinencia a la hora de pedir préstamos e hipotecas. Estoloarreglamosentodos.org bien podría llamarse: "seoptimistaycompra.org", "hipotecatecomosea.org", o "gastadeunaputavez.org".

Quizás a tí se te ocurran mejores formas de gastarse los 4 millones de euros destinados a aumentar el optimismo rentable o incluso crees que las constructoras, los bancos y las instituciones públicas que les han permitido hacer lo que han hecho son los que deberían haber sufrido (aunque fuera un poquito) la crisis.

Esto, contigo y unos cuantos optimistas, lo arreglamos.

NOTAS

1. "Los españoles no se rascan el bolsillo para salir de la crisis". Beatriz Amigot. Expansión 19-02-2010"

Fuente: [Consume Hasta Morir](#)