

## MANIFIESTO DEL “DÍA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR”

Los consumidores y consumidoras, organizados a través de ADICAE nos unimos el “Día Mundial de los Derechos del Consumidor” con el objetivo de dar visibilidad y reivindicar nuestros derechos ante la era digital, así como la necesidad de un vuelco en las políticas de consumo.

Los consumidores queremos aprovechar los retos y novedades asociados a la transformación digital como una oportunidad para un cambio del modelo de consumo. Corremos el riesgo de que la ideología económica basada en el individualismo, el consumismo y la cultura visual utilice los procesos de Globalización y la consolidación de la nueva sociedad de la información para continuar desplazando al consumidor a una mera pieza pasiva del sistema. Un ejemplo de uso de la transformación digital por parte de las grandes empresas son las campañas mediáticas como el *Black Friday* y otras que incitan al consumo compulsivo y que se pretenden consolidar en nuestra sociedad el consumismo como paradigma para alcanzar el supuesto bienestar contemporáneo.

A pesar de la introducción masiva de las nuevas tecnologías en nuestro día a día, nos encontramos con la existencia de desigualdades en el uso de las mismas por parte de los consumidores, no solo en su acceso sino en su aprovechamiento y potencial. Esta brecha puede afectar a los sectores poblacionales más vulnerables entre los que se encuentran factores determinantes como la edad, la clase social y el género; lo que hace correr el riesgo de generar consumidores insertados en la sociedad de la información a dos velocidades o niveles.

Por otro lado podemos pasar por alto que el acceso al mercado digital en España sigue dominado por el oligopolio existente en el sector de las telecomunicaciones, donde según informes de la CNMC entre las tres principales empresas de telefonía controlan más de dos tercios de la cuota total de usuarios.

Es de destacar que nueva sociedad digital lleva a los consumidores a estar expuestos a un enorme abanico de contratos de bienes y servicios que cada vez se desarrollan más a través de diversos soportes (apps, redes sociales, webs, fintechs, etc.) a todos los niveles. Es por ello más necesario que nunca el desarrollo y aprobación de una Ley de Transparencia en la Contratación que sirva como garantía de que los avances tecnológicos van acompañados de avances en derechos.

Este es un motivo más para que las políticas de consumo, que cumplen más de 30 años en España, se transformen hacia un nuevo modelo de consumo interconectado y global, una oportunidad para modernizar e incidir en una regulación que responda a los retos de esta nueva era.

ADICAE propone así un Nuevo Consumidor, conectado con la sociedad de la información y el conocimiento que pueda aprovechar todo su potencial como agente social organizado. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), también suponen un desafío y una oportunidad para el movimiento consumerista a la hora de poder organizarse colectivamente y canalizar las demandas de un nuevo tipo de consumidor: con mayor acceso al conocimiento crítico; que entienda las relaciones económicas desde una perspectiva más colaborativa y que se mueve en un mundo mucho más conectado.

En consecuencia, debemos de aprovechar los beneficios que nos aportan las nuevas sociedad digital para aumentar la organización colectiva de los consumidores, que pueda transformar el modelo de consumo y la economía, poniendo al consumidor en red como elemento central y no pasivo.

Muestra de esto es la iniciativa que ha puesto en marcha ADICAE abogando por la formación - a través de nuestra “Plataforma Digital de Educación Financiera” y la realización de talleres de “iniciación práctica a Internet, redes sociales y uso avanzado del móvil”- como base para garantizar el acceso universal, democrático e igualitario de todos los consumidores.

EN RESUMEN, POR TODO ELLO EXPONEMOS LA NECESIDAD DE:

1. Impulsar aquellas políticas de consumo que avancen en la regulación de los derechos de contratación, como la Ley de Transparencia en la Contratación, encaminadas a acabar los abusos de las empresas privadas.
2. Fortalecer las políticas de fomento de la sociedad de la información y el conocimiento para que avancen hacia la figura de un consumidor como un sujeto activo, crítico, organizado y colaborativo, frente al individualismo y el consumismo del actual modelo.
3. Fomentar, en coordinación con el movimiento de consumidores, las políticas de capacitación para el acceso y manejo universal a las tecnologías por parte de todos los consumidores, venciendo las desigualdades y facilitando su desenvolvimiento efectivo de sus derechos.
4. Desarrollar medidas que garanticen las la competencia y la transparencia y las buenas prácticas del sector de las telecomunicaciones, acabando con el oligopolio de las grandes empresas del sector.
5. Aprovechar la nueva era digital para impulsar un nuevo consumidor organizado en red en el movimiento consumerista, crítico, colaborativo y que sea pieza clave en el cambio de modelo de relaciones de consumo hacia uno más justo, solidario y con más derechos.