



DE LA GUÍA BOICOTISTA

Esta es una guía dirigida a los grupos de afinidad locales y personas que quieran lograr un buen boicot preventivo a las 'marcas del mal' que se venden en vuestra área vital particular (barrio, pueblo, trabajo, universidad, instituto, casa, grupo de amigos, club de golf, secta religiosa, ..). Un grandísimo boicot, nuestra reacción estratégica hacia la actitud miserable de muchas empresas vinculadas a la llamada GUERRA GLOBAL PERMANENTE, vinculación por directa o por indirecta.

Esta quiere ser una 'guía elástica', para que cada uno la deforme y la adecue como crea oportuno a sus circunstancias. Lógicamente nuestra filosofía es el anticopyright (podéis utilizar tanto esta guía como todo el material que encontréis en nuestra web de difusión masiva: www.boicotpreventivo.org) y la acción descentralizada en red dónde intentamos crear sinergias constructivas entre todos los grupos de afinidad boicotistas.

A lo mejor es por coherencia, a lo mejor es por eficacia y/o porque alguna cosa grande tendremos que hacer mientras tengamos sangre en las venas y no divisas ni petróleo

1. QUÉ ES UN 'BOICOT'?

Un boicot no es -como dice Ansar- pintar de sangre una sede del PP o lanzarle huevos a un miserable. Hacer un 'boicot de consumo' significa no consumir un determinado grupo de productos con la intención de provocar un cambio en la política reprobable de una o diversas empresas involucradas en una violación de los derechos humanos, en un desastre ecológico, en discriminación sexual o racial, ..o en una guerra. Otra cosa es que se tomen medidas indirectas para afectar al consumo de un determinado producto, poniendo 'pegatinas-terroristas-amigas' a productos de empresas relacionadas con la guerra, o cocinando comida tradicional delante de un McDonalds, o realizando un piquete delante de un cine donde proyectan una película de Silvestre Stallone. Alusión al Gal. BOICOT?;

2. POR QUÉ UN BOICOT?

(Por qué no?!) De las diferentes formas de acción que tenemos los ciudadanos, parece que con las supermanifestaciones realizadas en todos sitios, asambleas, cacerolazos, consultas contra la guerra, acciones directas diversas, y otras formas de expresión política, nos quedamos cortos. Tanto el gobierno español como el norteamericano y el británico, no dan importancia a la opinión pública porque creen que los ciudadanos somos 'ovejas políticas' completamente controladas por sus mass media (TVE por ej) y sus técnicas de 'buena gobernación'. Y algunas empresas transnacionales que están tan implicadas en la invención de la

guerra como estos gobiernos, de mientras, pasan desapercibidas. Por eso, desde diferentes movimientos del mundo, se impulsa de forma simultánea la misma propuesta, que en esencia consiste en NO ceder nuestro dinero a quien haga la guerra, es decir NO CEDER PODER ECONÓMICO a los monstruos de la guerra.

Cómo?

- Objeción fiscal a los Estados que hacen la guerra (como e nuestro): www.justiciaipau.org/siof

- Boicot preventivo a las empresas guerreras norteamericanas o vinculadas. Hay innumerables campañas de boicot que en el pasado han tenido éxito (véanse las últimas a Pascual o a Nestlé por ej.): www.boicotpreventivo.org

3. Y ÉSTE, EL BOICOT PREVENTIVO?

El boicot preventivo, es una marca dirigida a todo el mundo que busque estrategias eficaces para luchar contra la 'fabricación continuada de guerras' en esta última fase de la globalización capitalista (la llamada 'Guerra Global Permanente'). Enormes poderes económicos se alimentan de la guerra y 'promocionan' a poderes políticos a base de talonario que aplican políticas contrarias al desarrollo humano. La 'prevención' se dirige a una amenaza: la guerra global permanente y, como caballo de troya, a la proliferación de empresas transnacionales vinculadas a la economía de guerra. Por tanto, es una objeción radical a seguir alimentando la guerra con nuestras compras cotidianas. Aquí es donde les hace daño, no hay ninguna duda. Lo hemos comprobado con Pascual o Nestlé durante el último año.

El boicot preventivo, a parte de una marca de difusión masiva (imágenes, principios, ideas, materiales), es también una campaña de acción NO violenta donde cada uno la activa de la forma que puede en el entorno que puede. Nace de la Plataforma Paremos la Guerra pero se proyecta hacia el futuro en la medida que el mundo se va oscureciendo y la gente nos vamos convirtiendo en blanco de tiro de estos actores de la guerra.

Finalmente, el boicot preventivo utiliza el argot y las palabrotas inventadas por los neoconservadores españoles y norte-americanos y les da la vuelta, buscando desmontarlas con sarcasmo al puro estilo guerrillero de la comunicación. Si se te ocurre alguna de buena, ...utilízala.

Qué productos? Cuáles son las 'marcas del mal'?

Hemos hecho una larga y seria búsqueda de las empresas que están o han estado cerca de la guerra. No hemos querido, como a menudo se hace por las prisas, escoger arbitrariamente las empresas. Los criterios para escoger las empresas guerreras -que a continuación os presentamos- son, por este orden:

1. Producir armas y sistemas de defensa (Motorola, Indra, El Corte Inglés, ..) o ser propietarios de éstas (BBVA, Caja Madrid, ..)
2. Haber impulsado a G.W.Bush al poder (Phillip Morris, Microsoft, BP, Esso,..) a través del pago de parte de la campaña electoral.
3. Ser beneficiaria de los contratos del protectorado norteamericano de Irak (Bechtel, BP, Shell, Esso, y las que próximamente veremos en la prensa)
4. Ser transnacional norteamericana, es decir, que el consejo de dirección y el capital principal sean norteamericanos.

Las principales empresas que cumplen estos criterios son las de la siguiente página

Boicot Preventivo

Empresas que Buscan Guerra?

De empresas y marcas hay muchas, y no es sencillo identificarlas. También su vinculación con la guerra depende de la empresa. Previamente a la campaña hemos realizado un estudio para seleccionar las peores marcas (mirar tabla adjunta) en base a su vinculación con la guerra. Los criterios son: norteamericanas en general (excepto petroleras y armamentísticas británicas y españolas), empresas que hagan material de doble uso, empresas que hayan 'invertido' en la campaña electoral de Bush, compañías que se aprovecharán de la posguerra (petroleras y constructores), empresas que apoyan al régimen de Sharon, empresas que se hayan posicionado a favor de la guerra, empresas que estén relacionadas con el ejército, empresas que produzcan bienes y servicios para consumidores individuales.

Criterios (ver "!" en la tabla adjunta):

1. Participación directa en la industria de la guerra (inversión o producción)

2. Financiamiento de la última campaña de G. Bush

SECTOR	EMPRESA	1	2	MARCA(S) (filiales o participaciones importantes)
ALIMENTACIÓN Y HOGAR	Philip Morris		!	Marlboro, L&M, Chesterfield, Benson& Hedges, Miller, Kraft (Tang, Saimaza, Suchard, Toblerone, Philadelphia, El Caserio, Milka, Oscar Mayer, Sugus, Cate d'Or); Nabisco (ChipsAhoy, Filipinos, Oreo, Royal, Fruco, Apis, Artiach, DubbleBubble, MarbúDorada, Fontaneda, Apis, Chiquilin, Ritz)
	PepsiCo		!	Pepsi, Lipton, Aquafina, Kas, Lays, Ruffles, Doritos, Fritos, Cheetos, Matutano, Tropicana, Quaker, Gatorade
	Coca-Cola			Coca-Cola, Aquarius, Fanta, Lit, Sprite, Minute Maid, Nestea
	Reynolds Tobacco		!	Winston, Camel, Reynolds
PETRÓLEO Y ENERGÍA EN GENERAL	Esso-Exxon Mobil	!	!	ExxonMobil, Mobil, Esso
	General Electric	!	!	GE Capital Services, GE Power Systems, GE Power Controls, GE Capital Information Technology Solutions, GE APPLIANCES (electrodomésticos)
	ChevronTexaco		!	Texaco, Chevron, Havoline, Caltex
	BP Amoco		!	BP
AUTOMÓVILES, TRANSPORTE Y MOTOR	Mitsubishi	!		Mitsubishi Motors, Mitsubishi Electric
	Ford Motor		!	Ford, Volvo, Jaguar, Land Rover, Mazda, Aston Martin, Lincoln, Mercury
	Daimler Chrysler	!	!	Chrysler, Jeep, Mercedes-Benz, Smart, Dodge
	General Motors		!	Opel, Pontiac, Cadillac, Chevrolet, Vauxhall, Saab, en xarxa amb: Fiat, Fuji-Subaru, Isuzu, Suzuki
ELECTRÓNICA		!	IBM / Siemens/ Motorola/ Dell Computer / Alcatel / Ericsson	
COMUNICACIÓN Empresas (marcas)			!	FOX / Microsoft / AOL Time Warner (Netscape; Warner Bros, CNN, Time) Walt Disney (The Disney Store, ABC Magazines, Buena Vista Home Entertainment)
BANCA Y ASEGURADORAS			!	Citigroup / American Express / Credit Suisse

EMPRESAS ESPAÑOLAS A LAS QUE LES VA LA GUERRA:

BANCA	BBVA (tiene parte de la propiedad de empresas de la industria armamentística como GAMESA y ITP) / Caja Madrid (11'2% de la propiedad de INDRA, que produce carros de combate y misiles) Banco Zaragozano (3,1% de la propiedad de INDRA) / La Caixa (3% de propiedad de Deutsche Bank, quien es propietaria de la empresa armamentística Deutsche Aerospace)
MOTOR	Nissan Motor Ibérica (vehículos de uso militar) / Santana Motor (vehículos de uso militar) / Iveco (vehículos de uso militar) / Iberia (participa en programas de la Armada Española y del Ejército del Aire)
OTRAS	El Corte Inglés (Propietaria de Informática El Corte Inglés, SA que desarrolla sistemas de información para el área de Defensa. Es miembro del Círculo de Tecnologías para la Defensa y la Seguridad), Telefónica (a través de Telefónica Sistemas participa en programas de guerra electrónica, mensajería militar,... Es miembro de la As. de Fabricantes de Armamento y Material de Defensa de España)

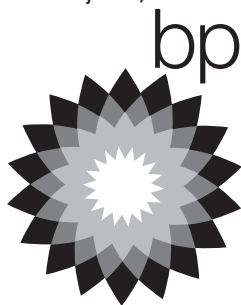
Pero, de entre estas tantas empresas os proponemos enfatizar 5 marcas,...

“LAS 5 MARCAS del MAL”

Marca Maligna Por que yo, Señor?!!



Por ser el principal inversor español en fabricación de armamento. Es el principal propietario de GAMESA e ITP. No saques dinero de sus cajeros, no ahorres en este banco ni les pidas hipotecas.



Aunque proyecta una imagen que promueve energías alternativas, tiene la mirada puesta en las reservas de petróleo de Irak. también tiene grandes afinidades con la Administración Bush. Hizo un donativo de 950.000 US\$ en la última campaña electoral del partido republicano. www.opensecrets.org



Pertenece al grupo Phillip Morris, una de las empresas más conservadoras de los EUA y más afines al partido republicano. Recibe un boicot en su propio país desde los años 80. www.infact.org



A través de sus cadenas de TV –Fox News y Sky News- así como de sus 175 periódicos, News Corporation Limited, se ha convertido en una fuente inagotable de manipulación de la opinión pública mundial a favor de la guerra en Irak. News Corporation Limited, que también es propietaria de la 20th Century Fox, contribuyó con 870.000US\$ a la última campaña electoral del partido republicano.



Porque financió la campaña electoral de Bush y es la empresa que hemos acordado boicotear desde diferentes campañas internacionales como símbolo del imperialismo norteamericano.

5. CÓMO PUEDO HACER BOICOT PREVENTIVO??

> **En carne y güeso (me aplico el boicot preventivo personalmente): Véase guía del boicotista en www.boicotpreventivo.org.** Resumen: haz una lista de consumo personal, estudia cuáles te los venden empresas guerreras, y sustituye la mayoría de productos progresivamente intentando consumir finalmente –si puede ser- productos éticamente responsables. Por ej: cambio de Coca-cola por una lata de Pepsicola = NORL!!!

> **Pasando a la acción: Cómo puedo promover el boicot preventivo en mi barrio, pueblo, universidad, instituto, trabajo, gremio, ..?**

- Si no tienes grupo, o si quieres liarla gorda, contacta con la gente más movilizada contra la guerra. Busca a gente, en la plataforma local, etc

- Montad una sesión de formación en vuestro sitio: alguien se empolla a conciencia la ‘guía del charlatán’ (www.boicotpreventivo.org) y lo cuenta a los del pueblo, trabajo, instituto,... Si no os veis capaces, aunque todo el mundo debería serlo, mirad en la web la ‘borsa de charlatanes’ para contactar con alguien que os la pueda hacer. Las charlas van bien para aprender pero también para reunir a gente interesada que no se conoce.

- Ya en grupo, propón identificar los centros de consumo (supermercados, gasolineras, máquinas de Coca-Cola, estancos,...) o grandes anuncios publicitarios de tu lugar.

- Una vez identificados, se debe llamar la atención al resto de la población, compañeros, alumnos, animales, familia... que no conocen la propuesta. Te recomendamos hacer acciones mediáticas, visibles y transgresoras, pero simpáticas, para todos los públicos. Hasta para los medios locales. La gente no sabe que las marcas que consume son guerreras, por tanto, el objetivo debe ser informarles con complicidad, nunca acusarlos o criticarlos antipáticamente. Recordad que los que más poder adquisitivo tienen son la gente adulta y que no acostumbra a reparar en estos asuntos. Aquí vuestra imaginación para tocarles el corazón y los boicots.

- Imaginación! Pegatinada-terrorista-amiga en los supermercados sobre los productos guerreros. Bicicletada bloqueadora a las gasolineras. Teatro de guerrilla mostrando la relación entre empresas transnacionales y la guerra. Hablar con el director del instituto, del trabajo o el decano de la facultad para que cambie las máquinas de Coca-cola del centro. Reparto de flyers en la salida del BBVA. Montar saraos dentro de los cines. Ofrece comida tradicional en la salida del Pizza Hut. Etc...

- Te aconsejamos la PIRATERÍA PUBLICITARIA!!! es decir, parodiar los anuncios y asaltar las vallas publicitarias de la calle para alterar completamente su mensaje. Las calles son espacios públicos, y como que la mayoría de personas no nos podemos permitir el lujo de alquilar vallas publicitarias para contrarrestar los mensajes de las multinacionales, tenemos el derecho de responder a unas imágenes que nunca hemos pedido ver. La piratería publicitaria rehuye de la idea que el marketing tenga que ser aceptado pasivamente como un flujo unidireccional de información. Desde Boicot Preventivo tenemos que fomentar la parodia de los anuncios, realizar contramensajes que se apoderen de los métodos de comunicación de las propias empresas y emitir un mensaje totalmente contradictorio al que se deseaba transmitir. En nuestro caso, denunciar este capitalismo salvaje que lleva a una economía de guerra.

- Alimenta la red de grupos propulsores del boicot preventivo con

la experiencia que hayáis recogido; tratad de contaminar a los demás, gente de otros sitios lejanos mundiales que también promovemos el boicot. Nos tenemos que retroalimentar! ..Cómo pues?!

Leed el próximo subpunto...

> **Construyendo una red: Cómo puedo participar en la asamblea del boicot preventivo?**

• La Asamblea y Trabajo General: es el sitio donde se toman las decisiones sobre la marca 'boicot preventivo' (es decir, se deciden las cuestiones más generales que luego serán útiles para todos y sobretodo quién las hace y quién se encarga (hay mucho trabajo, desde diseñar camisetas y actualizar la web hasta investigar sobre si tal empresa produce tal tipo de armamento utilizado en Irak o no...). Bienvenidos/as a los/las que queráis colaborar).

Es decir, son reuniones de trabajo y coordinación. No se discute ni se decide qué se hará en cada grupo o localidad. El boicot tiene que ser descentralizado y cada lugar decidirá, de forma autónoma, como lo quiere llevar a cabo en su propia asamblea local. Dónde y cuando nos reunimos? En la Vaquería del Servei Civil Internacional (C.Carme, 95. Metro Liceu. Barcelona). Las reuniones son los lunes a las 20h. Se alternan quincenalmente con las reuniones de las comisiones de trabajo que también se hacen los lunes en el mismo sitio.

Comisiones de trabajo:

> Web y materiales (para linuxeros, diseñadores, traductores y espabilasos).

> Difusión (comunicadores, formadores, pedagogos, gente conectada con movimientos sociales, internautas, teatreros, músicos y gente de acción...)

• La lista de distribución: boicotpreventiu@debtwatch.org . Es una lista moderada para comunicarnos entre semana para todo lo que sea trabajos o comunicaciones importantes (no para artículos o anuncios).

• Contacto: boicot@debtwatch.org.

En un mes hemos recibido 700 correos pidiendo información o ofreciéndose. Por eso es probable que no te respondamos demasiado rápido. Recomendación, si te urge, prueba de asistir a una asamblea.

6. PREGUNTAS TÍPICAS (FAQS) que ACOSTUMBRAN a hacerse:

• **Con un boicot no haremos perder muchos puestos de trabajo a gente inocente? Falso.**

Las fusiones y las privatizaciones de las empresas son,

principalmente, los fenómenos empresariales donde se despiden a trabajadores. En ninguno de los boicots realizados (Pascual, Nestlé, Shell, ...) se ha observado ningún despido. Sí que es cierto que las empresas son hipersensibles a la pérdida de imagen en términos de ventas, pero son a la vez organizaciones muy flexibles, y hasta el día de hoy, siempre han corregido el aspecto por el cual son acusadas, sin tener que cerrar ni despedir a nadie.

• **Han tenido éxito en la historia los boicots?**

De exitosos ha habido muchos. La lista es larguísima, tanto de boicots locales como de internacionales. Invitamos a leer el artículo colgado en la web sobre este tema. Como ejemplos básicos a citar (por recientes), el de la leche Pascual boicoteada por los consumidores catalanes, o la campaña contra Nestlé por exigir una deuda odiosa a Etiopía, justo cuando cruzaba una miserable hambruna. Ambas empresas rectificaron su política. No se detectó ningún despido. Léase 'Rebelión en la tienda', (Ed. Icària).

• **Un boicot es una cosa violenta? NO.**

Es el equivalente a dejar de pagar a un mercenario desconocido para que mate o esclavice a alguien, sin que el mismo mercenario se haya dado cuenta. Dejar de pagar no es violencia, es coherencia y una buena estrategia para detener el motor de la guerra. Cabe decir que desde el punto de vista de la ley de la selva, el león mata a la jirafa de forma natural. Una transnacional puede encontrar muy natural ciertas cosas en un entorno parecido. Por eso conviene regularlas a través del estado, y cuando el estado no lo hace, lo haremos nosotros con el poder de nuestro consumo colectivo.

• **Por qué se llama 'preventivo' este boicot?**

Porque teme a quiénes constantemente impulsan las guerras. Boicoteamos las marcas de empresas relacionadas con la guerra, en prevención de la llamada 'guerra global permanente'.

• **Qué es la 'guerra global permanente'?**

La globalización del capitalismo en todo el planeta, a menudo se encuentra con obstáculos. Estos obstáculos al crecimiento, pueden llevarlo a plantear guerras y violencias diversas con argumentos inadmisibles (existencia de armas de destrucción masiva, todas las disidencias son terrorismo, cultura del miedo, ..). Por ejemplo el trato que han recibido Afganistan-Iraq-Cuba-Palestina -Korea, o incluso los inmigrantes en el Estrecho de Gibraltar o las disidencias más cercanas (okupas,..). Todas estas guerras se las puede incluir en una tendencia asociada al propio sistema capitalista en momentos de recesión o dificultades.

o Es viable ser coherente al 100%? No. Pero lo intentaremos. Se trata de ir descubriendo cuáles de nuestras marcas son guerreras o irresponsables social y mediambientalmente, y sustituirlas con gracia. Paréntesis: nos hemos dado cuenta con el tiempo, que aparte de las películas de Hollywood, uno de los consumos más difíciles de boicotear es el tema de las compresas y los tampones, propiedad casi todos ellos de empresas norteamericanas. Tendremos que proponer la fabricación de un 'Meca-támpax'!! J



*Antes y después:
una de las tantas 'obras' de los
compañeros/as de Manresa.*



ENLACES RECOMENDADOS:

Webs de boicots contra la guerra

boycottbush.net Boicot muy interesante que empezó con la no ratificación de los USA del protocolo de Kyoto (en inglés).

motherearth.org/USboycott/index.php Es una campaña generalista, de manera que les podemos proponer priorizar algunas empresas. Ellos mismos piden hacer red y ya están ubicados en: Belarus, Belgium, Bulgaria, Finland, France, Germany, Romania, Slovakia, Sri Lanka y USA (en muchos idiomas).

ecologistesenaccio.org/temes/temaltres/guerra/boicot.htm

Boicot mundial al que se ha sumado Ecologistes en Acció.

adbusters.org/campaigns/boycott_america Boicot desde EEUU del colectivo Adbusters que promueve la visión crítica de la publicidad (en inglés y francés).

noalaguerra.cl/boicot/ Boicot que arranca en Chile (en castellano)

boycottbush.org Boicot que sale de Bélgica a razón de la actual agresión en Irak a Coca-Cola, McDonald's y Chiquita (plátanos). Proponen que cada uno que haga el boicot envíe e-mails a las empresas comunicándoles que hace boicot (en francés, inglés, castellano y holandés).

geocities.com/neworder2013/NolecompremosaUSA.html

Boicot a productos de EEUU (en castellano).

boycottusa.org/ web de boicot por parte del mundo islámico (en inglés, francés y árabe)

Webs de boicots ecologistas

stopesso.org Seguimiento a la petrolera Esso según criterios éticos y ecologistas (en inglés)

chevrontoxico.com Seguimiento a la petrolera Chevron según criterios éticos y ecologistas (en inglés)

Webs de boicots a Israel

inminds.co.uk/boycott-israel.html Detalles de los vínculos de empresas con Israel (en inglés).

nodo50.org/csca/palestina/campanya_boicot-2002.html Página útil para conocer los productos israelíes que se distribuyen en España (en castellano)

Webs de consumo responsable

cric.pangea.org Web en construcción del Centre de Recerca i Investigació en Consum

pangea.org/xarxaconsum/xarxa.html Página útil para conocer los productos israelíes que se distribuyen en España (en castellano)

Webs contra la guerra

fundacioperlapau.org/Iraq Toda la información que se está gestando en Catalunya alrededor de la Plataforma Aturem la Guerra y otras (en català)

consulta guerra.org

Web de la Consulta contra la Guerra que se ha promovido en el Estado español. Encontraréis los contactos de las personas que han llevado la consulta local contra la guerra.

Webs de observatorios y webs de interés

observatorideute.org

debtwatch.org

Web del Observatori del Deute en la Globalització. Información sobre la deuda, pero también sobre petróleo, geopolítica e Irak (en català).

fundacioperlapau.org Web de la Fundació per la Pau, amb un abanico amplio de información sobre la paz (en català)

transationale.org Información muy esmerada sobre las grandes transnacionales (en inglés)

motherearth.org Campaña ecologista con mucha información (en inglés)

corporatwatch.org Información sobre las grandes corporaciones (en inglés)

opensercrets.org Información sobre la financiación de las elecciones de USA, y con una diferenciación de las empresas que dan más dinero a los republicanos y a los demócratas (en inglés)

reachingcriticalwill.org Información sobre consumo responsable (en inglés)

corpwatch.org Información sobre las grandes corporaciones (en inglés).

defensa.com Directorio de empresas que colaboran en la producción de armamento (en castellano).

comespossible.org La Campaña COM és possible? pide espacio a los medios de comunicación públicos y promueve la creación de espacios mediáticos para los movimientos sociales (en català)

ojotransnacional.org Web de LOT (El Observatorio de Transnacionales) españolas. En construcción.