

¿Comercio Justo y solidario en América Latina?

Tejiendo caminos entre diferentes enfoques y experiencias.

Marco Coscione*

.....

Dentro del movimiento por un comercio justo y solidario se identifican las primeras experiencias de Comercio Justo internacional en las relaciones pioneras que se establecieron a finales de los años cuarenta del siglo xx, en la segunda posguerra, entre países como Estados Unidos o Inglaterra, y grupos de artesanos empobrecidos por un sistema económico y social excluyente y desigual

Sin embargo, fue sobre todo a partir del año 1964, cuando los países no alineados del Sur proponen un “Nuevo Orden Económico Internacional” y lanzan el eslogan “¡Comercio, No Ayuda!”. La sociedad civil mundial hace suyo este enfoque y empieza a construir circuitos de comercialización ética y solidaria.

Visto el fracaso de la propuesta “desde arriba”, desde los Gobiernos, por la gran hipocresía de los países industrializados y la poca cooperación entre los países del Sur, la apuesta de las organizaciones sociales y movimientos se construyó el espacio necesario para posicionar una alternativa económica y social global.

El Comercio Justo nació así, como un movimiento social de ruptura, como una de las diferentes experiencias dentro del abanico más amplio de la Economía Social y Solidaria, con el objetivo concreto de reducir las desigualdades entre países (a nivel internacional) y en los países (a nivel local y nacional); pero no a través del asistencialismo, sino reconociendo dignamente el trabajo de pequeños agricultores, trabajadores rurales y artesanos; construyendo, de esta manera, canales de comercialización más justos, con relaciones de largo plazo, transparentes, sostenibles ambiental y generacionalmente.

A pesar de que el término “Comercio Justo” se hizo notorio, sobre todo, desde un enfoque Sur-Norte y con un marcado “eurocentrismo”, en América Latina y el Caribe siempre han existido procesos económicos y comerciales alternativos y solidarios. El continente latinoamericano, más aún donde siguen vigentes las experiencias del mundo indígena, campesino y tradicional, es rico en experiencias “desde abajo”, que durante muchos siglos están tejiendo una “realidad otra”, articulada a partir de valores distintos a los que dominan en esta sociedad capitalista y depredadora.

Estas experiencias tienen distintos niveles (locales, nacionales, internacionales), diferentes enfoques (Sur – Norte, Sur – Sur, Norte – Norte, en el Sur, en el Norte, campo-ciudad, con certificaciones por terceros, con sistemas de garantías participativos, sin certificación, entre otros), y también diferentes actores (pequeños productores organizados, artesanos, comercializadoras solidarias, empresas privadas, ONGs, fundaciones, entre otras). Pero comparten un conjunto de principios básicos, que definen,

* Licenciado en Ciencias Internacionales y Diplomáticas (Universidad de Génova) y Maestría en América Latina Contemporánea y sus relaciones con la UE (Universidad de Alcalá). Es investigador independiente en temas de comercio justo y movimientos sociales. Actualmente es Coordinador de Gestión de Recursos e Incidencia en CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo).

a grandes rasgos, los compromisos generales del movimiento: creación de oportunidades para productores en desventaja respecto a los actores dominantes; relaciones estables, de largo plazo y transparentes, basadas en el diálogo y el respeto entre los diferentes actores de las cadenas comerciales; precio justo, premio social y prefinanciamento; rechazo del trabajo forzoso y la explotación infantil; no discriminación; libertad de asociación; dignificación del trabajo; entornos de trabajo seguros y saludables; desarrollo de capacidades; promoción, sensibilización e incidencia; sostenibilidad ambiental.

En los últimos años, tanto desde el punto de vista teórico como de las prácticas y procesos comerciales, el Comercio Justo está siendo cada vez más visible también en América Latina y el Caribe. Desde el lado de la oferta, crece el interés de asociaciones de productores o procesos de comercialización solidaria, por conocer más de cerca la realidad del Comercio Justo internacional; también existen productores o empresas sociales que están trabajando localmente bajo una lógica de Comercio Justo, sin embargo, aún no reconocen sus prácticas como tal y no las visibilizan. Sin embargo, desde el lado de la demanda, el Comercio Justo aún no está bien posicionado en los países de la región; aún debemos trabajar para fomentar el consumo responsable, para que los ciudadanos-consumidores entiendan la importancia política y económica de sus compras y se conviertan en “consumactores”.

Aún nos falta promover la apertura de tiendas solidarias, por ejemplo, donde poder comprar productos de Comercio Justo, orgánicos, de la economía solidaria local. Las tiendas de Comercio Justo han sido históricamente el motor para el desarrollo del movimiento, en continentes como el europeo o norteamericano, y debemos volver a valorar su importancia como base social del movimiento. Hacen falta profundas inversiones, es cierto, y un gran compromiso de todos; pero a través de alianzas, coaliciones y redes, y manteniéndonos “en movimiento”, podemos construir nuevos escenarios también en el continente latinoamericano.

La campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”, lanzada en agosto de 2014 por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), es una herramienta para construir este tipo de alianzas, en particular con el mundo académico. A través de la docencia, la investigación, la extensión solidaria y una relación directa entre universidades y productores de Comercio Justo, estaremos construyendo nuevos vínculos para el desarrollo del movimiento en el continente, estaremos caminando nuevas esperanzas.

Publicaciones como esta, nos ayudan a reflexionar sobre los aciertos, errores y desafíos del Comercio Justo y, sobre todo, nos llaman a actuar como consumidores (individuales e institucionales) para promover “desde abajo” reglas comerciales distintas, más justas y solidarias, construyendo otro modo de hacer economía y de construir sostenibilidad 

