



Reinventar el comercio justo en clave decolonial

El autor sostiene en su nuevo libro que el movimiento debe adoptar un nuevo enfoque



MARCO COSCIONE

4 FEB 2020 - 10:39 CET

MÁS INFORMACIÓN

Los "productos menores" en el comercio justo internacional



¿Pescado de comercio justo?

En las últimas dos décadas, he tenido la suerte de involucrarme directamente en el movimiento por un comercio justo y solidario desde distintas áreas geográficas y desarrollando distintas actividades. Todo empezó cuando llevé a cabo mi servicio civil nacional en Italia, alternativo al servicio militar. Era el último año de obligatoriedad y me sentía desafortunado, pero la experiencia en la cooperativa [La Bottega Solidale](#) finalmente marcó gran parte de mis experiencias laborales y de estudio.

Desde sus experiencias pioneras, el movimiento del comercio justo ha mantenido casi exclusivamente un enfoque Sur-Norte, desde la producción en el Sur empobrecido (por el norte) hasta el consumo en el Norte (enriquecido a expensas del Sur). Un comercio donde los tres continentes en vías de desarrollo (África, América Latina y el Caribe, y Asia) producen las materias primas o los productos que serán transformados, terminados y comercializados en el Norte global.

La división internacional del trabajo y los esquemas coloniales mantuvieron un enorme desequilibrio, especialmente evidente en los productos alimenticios que hoy representan gran parte de este nicho de mercado alternativo y solidario.

La necesidad de repensar y reconstruir patrones de producción, comercialización y consumo más sostenibles ([objetivo de desarrollo sostenible número doce](#)) ya es evidente y nos obliga a una constante revisión y adaptación del actual modelo económico. También en clave decolonial.

Dejando Europa y empezando a vivir y trabajar en América Latina, no solo me di cuenta de toda la hipocresía y sentido de superioridad que aún albergan en gran parte las personas,

Es necesario que el Norte no decida, no imponga y no se mantenga en una posición de privilegio en las relaciones comerciales

El movimiento latinoamericano por un comercio justo tiene en sus manos la posibilidad de cambiar esta lógica y cultura neocolonial, desafiando los esquemas impuestos también dentro del movimiento global.

Son muchos los desafíos que alimentarán una visión decolonial del comercio justo: aclarar qué entendemos realmente por comercio justo; relocalizar los circuitos de comercialización justos y plasmar su enfoque local en políticas públicas diferenciadas; entender que las certificaciones solo constituyen herramientas y no un fin en sí mismo; devolverles protagonismo a las organizaciones de pequeños productores y desarrollar opciones de autogestión y control obrero por parte los trabajadores rurales; promover la descentralización de las acciones y procesos dentro del movimiento, aún caracterizado por una toma de decisión fuertemente eurocéntrica; rescatar alternativas educativas para contrarrestar las imposiciones de modelos europeos que siguen replicándose en el Sur, con aval de quienes aún siguen atrapados en la *colonialidad*.

ADVERTISING

Descolonizar la perspectiva económica y política del movimiento es fundamental para construir otro camino en el Sur. La puesta en marcha de mercados atractivos y rentables en el Sur depende, en gran medida, del proceso de incidencia, comunicación, posicionamiento y sensibilización que logremos desarrollar. Este proceso empieza por el cambio de lenguaje y enfoque con el cual abordaremos la propuesta de sostenibilidad del comercio justo. El discurso que se usó en Europa desde la segunda posguerra hasta hoy ya no es suficiente ni adecuado para la realidad y los mercados del Sur. Menos para un enfoque decolonial. Para armar y consolidar este discurso debemos profundizar la reflexión política y social local, y articular más estrechamente los vínculos con los actores de la economía solidaria: cooperativismo, circuitos cortos, consumidores, sistemas de garantía participativos, entre otras iniciativas y movimientos desde abajo que intentan construir una economía “otra”.

Debemos abandonar la *ceguera* de la marca, porque todos los productos producidos bajo los principios y valores del comercio justo pueden y deben ser considerados como tales: en una finca de café, por ejemplo, un agricultor sostenible cultiva cítricos, bananos, entre otros frutales, y mantiene su huerta para el consumo familiar y local. De este modo, empezaremos a contar con una canasta de productos de comercio justo más amplia y facilitaremos las acciones de sensibilización y mercadeo.

Estos elementos ayudarán la adaptación del comercio justo a la realidad del Sur y posibilitarán mejores diálogos y negociaciones con los representantes políticos. Sin embargo, es necesario que esta adaptación se desarrolle en [clave decolonial](#), donde el Norte no decida, no imponga y no se mantenga en una posición de privilegio en las relaciones comerciales; y donde los muchos *nortes* y muchos eurocentrismos, que se resisten en el Sur, empiecen a asumir el desafío de la decolonialidad.

Marco Coscione es autor del libro *El comercio justo en clave decolonial*, que puede descargarse gratis en [este enlace](#).

ARCHIVADO EN:

Comercio justo · Consumo responsable · África · Hábitos consumo · Latinoamérica · Asia · Consumidores
· Comercio · América · Consumo · Desarrollo sostenible · Medio ambiente

CONTENIDO PATROCINADO

**Nuevo aceite de CBD
ahora disponible en
Santiago De Chile**

CBD CENTRAL

**Alucina con las piscinas
naturales más hermosas
de la tierra**

YUMBLA MX

**Hombres: No Necesitan La
Píldora Azul Si Hacen Esto
Una Vez Al Día**

TESTOULTRA

Y ADEMÁS...

**Julián Requena, de ‘La isla
de las tentaciones’: “Mi
madre me tiró por el
balcón”**

TIKITAKAS

recomendado por

