

La Cooperación Internacional y el Comercio Justo. Implicaciones para un Consumo Responsable (UD5)

BLOQUE II.- Sistemas alternativos de circulación y consumo de alimentos

LA CONSTRUCCIÓN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA



Proyecto
OpenCourseWare-UNIA
(ocw.unia.es)



Autor/@s
Mamen Cuéllar Padilla



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	9
CONTENIDOS.....	10
1. La Cooperación entendida desde la perspectiva de la Soberanía Alimentaria.....	10
2. Otro modo de Cooperación y su relación con la Soberanía Alimentaria: el Comercio Justo.....	11
3. La convencionalización del Comercio Justo: tendiendo hacia un comercio ético.....	16
4. La radicalización del Comercio Justo: hacia la Soberanía Alimentaria y la Economía Solidaria...	19
5. Una propuesta de análisis de hacia dónde construimos el Comercio Justo.....	22
6. A modo de síntesis: una visión alternativa del Comercio Justo para construir Soberanía Alimentaria.....	30
IDEAS CLAVE.....	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34



INTRODUCCIÓN

Una herramienta clave en la política exterior de los países, en la actualidad, es la Cooperación al desarrollo. Este instrumento se ha instaurado, desde hace décadas, como una posible solución a la situación de hambre y pobreza en la que se encuentran determinados territorios. De nuevo el combate contra el hambre, como motivación loable, es el centro de instrumentos y políticas. Sin embargo, la perspectiva desde la que se aborda esta problemática, si bien en muchos ámbitos ya ha quedado evidente que es bien diferente, es especialmente evidente cuando analizamos la Cooperación al Desarrollo como instrumento. Qué ha ocurrido desde la década de los 60 que a pesar del ingente número de iniciativas de Cooperación al Desarrollo destinadas a combatir la precariedad alimentaria, el número de personas que se encuentran en esta situación ha aumentado.

Las respuestas a esta situación están más o menos claras. Las políticas de Cooperación al Desarrollo, si bien desde hace algunos años se han empezado a volcar hacia el fomento de la pequeña producción y la seguridad alimentaria, priorizando el sector primario frente a otros en sus criterios de financiación, no han tenido como estandarte la generación de independencia productiva, o la cuestión de la autosuficiencia, de aquellos territorios a los que iba destinada. Bien al contrario, se han fomentado procesos productivos dependientes de tecnologías y mercados externos (Radelet et al., 2005).

En este sentido, cabe destacar el Programa Mundial de Alimentos, que es la agencia de Naciones Unidas responsable de gestionar la ayuda alimentaria en casos de emergencia. Cuando indagamos en sus datos (Congressional Research Service Report for Congress, 2005), descubrimos que cerca del 50% de los alimentos que maneja son donados por Estados Unidos, y que sólo hasta el 30% de los alimentos que gestiona los



puede adquirir localmente, es decir, en el territorio donde ha ocurrido la emergencia. Esta cifra no viene dada por la incapacidad productiva de los territorios objeto de la ayuda, sino que viene predeterminada a nivel político y estratégico. Los países que dan donativos a este órgano en casos de emergencia lo hacen fundamentalmente en especias, y no en dinero.

Y lo peor no es que se dé comida producida en los países del Norte en estos casos. Lo peor viene cuando lo que se dona en estas situaciones son paquetes tecnológicos productivos, diseñados y fabricados en el Norte, que convierte estos territorios en espacios dependientes tecnológicamente del Norte para producir sus alimentos. Esto es lo que están haciendo la Fundación Melissa y Bill Gates en el Plan África, en consorcio con otras empresas multinacionales del ámbito agroalimentario, a través del fomento de la producción en base a semillas transgénicas y sus paquetes agroquímicos asociados (Pingali, 2010).

Lo grave del asunto es que esta estrategia no es nueva, y sigue pareciendo que convence cuando se vende bajo el paraguas de la lucha contra el hambre y la pobreza. Ya en la década de los 80, la multinacional Nestlé, con este discurso, invadió territorios enteros en África y otras zonas, con sus leches en polvo de sustitución a la leche materna. Empezando con donaciones y regalos, y a través de publicidad utilizando hospitales y centros médicos como vehículos, generó a través de los propios servicios sanitarios públicos de estos países una necesidad y una demanda que, cuando trató de rentabilizar asignándoles los precios que realmente requerían, generó hambrunas y una subida en la tasa de mortalidad infantil escalofriante. Esto llevó al inicio de una de las más importantes campañas de boicot a empresas multinacionales que se han llevado a cabo desde esta época¹. En esta misma línea, se ha desarrollado el Programa Nauta, que es un programa multilateral promovido por la AECID – Estado español junto con otros países africanos (Benin, Burkina Faso, Costa de Marfil, Ghana, Malí y Togo). Su objetivo es, teóricamente, contribuir al progreso económico y

¹ Para más información sobre aquel periodo y las continuas campañas de boicot desarrolladas contra la Nestlé por estos motivos, ver las páginas web de la Baby Milk Action (<http://www.babymilkaction.org/pages/boycott.html>; fecha de consulta: 20 de abril de 2011) y de la International Baby Food Action Network (<http://www.ibfan.org/fact-nestle.html>; fecha de consulta: 20 de abril de 2011)



social de algunos países africanos a través del desarrollo de su sector pesquero. Y para tan loable fin, la AECID organizó en Accra (Ghana) unas jornadas en el año 2007 con el fin de elaborar el “Plan de implementación para el uso y la diseminación de Tilapia del Nilo genéticamente mejorada” en la Cuenca del Volta y las áreas adyacentes². Irónicamente, nos planteamos que esta tecnología no puede ser más idónea ni más endógena para estos territorios y sus realidades socioeconómicas.

El hecho de que la Cooperación al Desarrollo va de la mano de los intereses políticos y económicos de los países donantes es algo sobradamente demostrado. Los países prioritarios en las políticas de cooperación suelen coincidir con territorios ricos en determinadas materias primas o consumidores de determinados productos transformados que interesan a los países “donantes”. Una prueba clara de esto es de nuevo el caso del Programa Nauta, dentro del cual el Fondo FAO-España ha contribuido al desarrollo de un proyecto, también en la Cuenca del Volta, denominado “Inversiones de la Acuicultura para la Disminución de la Pobreza en la Cuenca del Volta”³. Uno de los objetivos del proyecto es, textualmente: “Proporcionar educación para los pobres para los negocios de la acuicultura y establecimiento de PYMES nacionales y españolas”.

Asimismo, las alianzas entre el sector público y privado para la ejecución de proyectos de cooperación es bastante evidente. Son mecanismos a través de los cuales empresas privadas del Norte reciben las licitaciones para ejecutar programas relacionados con el saneamiento público, la gestión de aguas, los diagnósticos de necesidades o la elaboración de planes estratégicos, entre otros. En estos casos, los objetivos que se plantean son claramente favorecer el acceso del tejido empresarial del Norte a los países del Sur. Esto evidencia que la Ayuda al desarrollo está muy lejos de ser desinteresada y que, lo que es peor, promueve la exportación de tecnologías y modos de gestión desde el saber hacer del Norte al Sur, considerando a este como receptor pasivo.

² http://www.aecid.es/web/es/publicaciones/Documentos/Otros/Africa/Prog_Nauta.htm: Fecha de consulta: 5/11/2010)

³ <http://www.rlc.fao.org/faoespana/proyecto/afrika.html> (Consultada el 15/10/2010)



Las críticas a la Cooperación se pueden plantear, como hemos hecho hasta ahora, analizando este instrumento en sí, los resortes sobre los que se asienta y los objetivos que se plantea. Pero también, es interesante analizar la Cooperación en el contexto en el que se realiza. Suponiendo que las políticas de Cooperación al Desarrollo fueran realmente éticas y promoviesen procesos de fortalecimiento y autogestión local, esto sería no sólo insuficiente, sino que en muchos casos sería estéril. En este sentido, David Llistar desarrolla el término “Anticooperación” (2009). Este concepto trata de denunciar los mecanismos de neocolonialismo existentes hoy en día del Norte hacia el Sur, que son los que definen las situaciones desiguales de poder a nivel internacional (Gallino y Cosi, 2008). Frente a este contexto, podemos identificar la importancia tan minúscula que representan las políticas de Cooperación al desarrollo frente a todas las demás políticas exteriores y estilos de vida de los países enriquecidos, que generan directa o indirectamente perjuicios graves en los países del Sur.

Si por Cooperación al Desarrollo se entiende toda actuación del Norte que comporte (al menos teóricamente) un beneficio para el Sur, “Anticooperación” significa todo lo contrario, es decir, toda aquella actuación realizada en y desde el Norte cuyos efectos son directa o indirectamente perniciosos para el Sur⁴. Desde esta reflexión parece difícil alcanzar los objetivos planteados en las políticas de desarrollo de los países del Norte, sean cuales sean los instrumentos, si no se reconsideran y se redefinen paralelamente las actuaciones de anticooperación que éstos están llevando a cabo. Existen muchos ámbitos donde se puede identificar este fenómeno, definidos por el mismo autor (Llistar, 2009):

- a) **Ámbito técnico-productivo:** mecanismos Norte-Sur que involucren la creación de tecnologías productivas orientadas al consumo y la producción de la clase consumidora, en lugar de estar orientadas a las necesidades de la mayoría de la población mundial
- b) **Ámbito financiero:** mecanismos de tipo financiero transnacional con origen en el Norte como la deuda externa, la desviación de depósitos de las élites del Sur a bancos del Norte y los fondos de inversión especulativos

⁴ Para más información sobre este tema, consultar la página Web: <http://www.quiendebeaquien.org>



- c) **Ámbito comercial:** mecanismos controlados desde los centros de decisión del Norte que actúan en el comercio internacional con nefastos impactos en las poblaciones del Sur, como el dumping o las patentes.
- d) **Ámbito diplomático:** distintos dispositivos implementados por los Estados, principalmente del Norte (embajadas, consulados, oficinas comerciales y de cooperación, sistemas de espionaje, etc.) que, en su actuación exterior en el Sur pueden influir o condiciona operaciones que puedan beneficiarlos en detrimento de las poblaciones de los países en que actúan.
- e) **Ámbito ambiental:** actitudes y decisiones políticas o empresariales en el Norte, que se transmiten al Sur en forma de interferencia ambiental desastrosa: calentamiento global, biopiratería, etc.
- d) **Ámbito del movimiento de persona:** mecanismos aplicados desde el Norte para filtrar selectivamente a aquellas personas de países del Sur que sean funcionales a las sociedades del Norte, al mismo tiempo que se bloquea la entrada al resto, independientemente de que tengan grandes necesidades
- g) **Ámbito simbólico:** resultado de la manipulación de todo tipo de símbolos desde el Norte cuando al ser transmitidos al Sur afectan negativamente a su población: películas y telenovelas, sistemas educativos, carreras universitarias, doctrinas y/o informes supuestamente científicos, doctrinas de fe y/o sermones religiosos, noticias manipuladas o en la publicidad
- h) **Ámbito "solidario":** conjunto de aquellas actuaciones de ayuda internacional al desarrollo o simplemente catalogadas retóricamente como cooperación internacional, determinadas por actores del Norte, cuyos resultados son infaustos para las poblaciones del Sur, como por ejemplo las ayudas condicionadas a Políticas de Ajuste Estructural o aquellas dirigidas a objetivos comerciales, geopolíticos o de imagen del donante.
- i) **Ámbito militar:** conjunto de interferencias Norte-Sur que implican el uso de la violencia, o la posibilidad de desencadenarla o acentuarla - incluye también



el suministro de medios de todo tipo para el ejercicio de la violencia en el Sur, aunque aparentemente el conflicto no involucre actores del Norte.

En resumen, podemos decir que la Cooperación al desarrollo permite a los países enriquecidos ubicarse dentro de la esfera de la preocupación por la desigualdad y pobreza mundial sin la necesidad de abordar las verdaderas causas que las originan, al mismo tiempo que desarrollan de manera activa mecanismos a través de los cuales seguir manteniendo el control político, económico y cultural a escala global. Esto da lugar a la paradoja de que la cooperación y la anticooperación estén llevadas a cabo por los mismos actores.



OBJETIVOS

Este tema tiene como objetivo aproximarnos a la idea de la soberanía alimentaria desde las relaciones clásicas de solidaridad Norte Sur, en las que la Cooperación al Desarrollo y el Comercio Justo han tratado de jugar un papel clave, a pesar de representar una realidad insignificante frente a las políticas de anticooperación practicadas por los países del Norte tradicionalmente. Con este contexto de partida, analizamos qué requisitos deberán tener los marcos de Coeoperación al Desarrollo que se practican, así como las pauta del Comercio Justo, para que respondan a un empoderamiento de los pueblos y, en definitiva, a su Soberanía Alimentaria. Los aspectos en los que profundizaremos son los siguientes.

- La Cooperación entendida desde la perspectiva de la Soberanía Alimentaria
- Otro modo de Cooperación y su relación con la Soberanía Alimentaria: el Comercio Justo
- La convencionalización del Comercio Justo: tendiendo hacia un comercio ético
- La radicalización del Comercio Justo: hacia la Soberanía Alimentaria y la Economía Solidaria
- Una propuesta de análisis de hacia dónde construimos el Comercio Justo



CONTENIDOS

1. La Cooperación entendida desde la perspectiva de la Soberanía Alimentaria

Partiendo de las limitaciones que la Cooperación al Desarrollo se encuentra, por las políticas de anticooperación existentes, son diversas las ONGDs del Norte que plantean en sus planes estratégicos la Soberanía alimentaria como eje básico (Veterinarios sin Fronteras, CIC – Bata, ACSUR – Las Segovias, centrándonos en el Estado español). La perspectiva de la alimentación y del hambre no se aborda desde una visión de aumentar la productividad y las producciones a costa de importar tecnologías exógenas, expoliadoras de los recursos naturales ni agresivas con el Medio Ambiente y las personas. Muy al contrario, se concibe como un problema político, de distribución del poder, que requiere de medidas urgentes que los actuales protagonistas de las decisiones políticas no parecen dispuestos a asumir: diversificación productiva, tecnologías endógenas, protección de los mercados internos alimentarios, apoyo a la producción familiar; entre otras. Son planteamientos que conciben la Cooperación como un instrumento estratégico al servicio de la Soberanía Alimentaria.

Tomando un documento de la ONGD española ACSUR- Las Segovias, “*Los proyectos de Cooperación en la construcción de la Soberanía Alimentaria. Aportes estratégicos*” (Jiménez, 2007), podemos rescatar una serie de elementos clave que permiten construir soberanía alimentaria a través de procesos de cooperación:

- a. Fortalecimiento de la participación comunitaria
- b. La cuestión de los recursos naturales (tierra, agua, bosques, selvas, semillas) y los recursos productivos (a las semillas e insumos para la producción agrícola, a la formación técnica y a la tecnología apropiada, al financiamiento...) como bienes comunes



- c. La cuestión de equidad de género
- d. El fortalecimiento de sistemas de producción diversificada, que garanticen en un primer momento el autoconsumo, y basados en técnicas agropecuarias ecológicas y sostenibles
- d. La recuperación de los conocimientos tradicionales y el diálogo con nuevas tecnologías apropiadas y endógenas
- e. La defensa de los sistemas alimentarios tradicionales y culturalmente apropiados
- f. El desarrollo de los mercados locales con comercio justo, basados en la producción local y el consumo ético.
- g. La construcción y fortalecimiento de espacios y redes locales, nacionales e internacionales, en el Sur y en el Norte, que defiendan en la práctica y a nivel político los principios de la Soberanía Alimentaria

En este sentido, diversos materiales se vienen elaborando a modo de manuales de buenas prácticas en las que diversas organizaciones están transformando la clásica Cooperación al Desarrollo en un instrumento real y eficaz de fomento de una estrategia crucial para abordar el hambre y la pobreza en el mundo: la Soberanía Alimentaria. Son propuestas que denuncian que se utilice la Cooperación al Desarrollo para internacionalizar las empresas del Norte e interferir en las políticas nacionales alimentarias, y también denuncian las prácticas de anticooperación anteriormente descritas. Tratan, frente a esto, de plantear el apoyo a procesos democráticos y horizontales donde cada pueblo o comunidad defina un modo propio y apropiado de manejo de sus recursos naturales de manera sustentable.

2. Otro modo de Cooperación y su relación con la Soberanía Alimentaria: el Comercio Justo



El movimiento del Comercio Justo surge justamente, a mediados del s. XX (año 1964), bajo el lema “Comercio, no ayuda”. Era otra propuesta para tratar de mejorar la situación económica de determinados grupos y comunidades en el Sur, no a través de la Cooperación al Desarrollo, sino a través del Comercio. Podemos decir que es de los primeros movimientos que detectan la importante influencia de las políticas de anticooperación, y tratan de abordar una de ellas: la de las relaciones comerciales internacionales.

Desde el momento en el que surge hasta nuestros días, este movimiento ha evolucionado, y mucho. De hecho, ya no cabe hablar de un movimiento, sino de varios movimientos plurales, con objetivos distintos y estrategias dispares. En general, todos coinciden en plantear un tipo de relaciones comerciales con unas determinadas características basadas en el concepto de cooperación, en términos de igualdad, transparencia y respeto, entre grupos productores, comercializadores (cuando los hay), tiendas y/o personas consumidoras.

En el año 2008, se llegó a una definición común del Comercio Justo por parte de los dos actores erigidos como articuladores de las organizaciones que dicen trabajar por un Comercio Justo. Estos actores son la OM CJ y FLO.

a. La WFTO u OM CJ, antigua IFAT (Organización Mundial de Comercio Justo), funciona como una red de organizaciones de Comercio Justo a nivel mundial. Está compuesta por más de 350 organizaciones de Comercio Justo en 73 países diferentes, de las cuales un 64% son de países del «Sur» (Asia, Oriente Medio, África y América del Sur), y el otro 36% corresponde con organizaciones de América del Norte, la cuenca del Pacífico y Europa.

Sus miembros son organizaciones tanto de producción, como de comercialización, exportación, importación, transformación, redes nacionales y regionales de Comercio Justo e instituciones financieras cuya misión y actividades principales siguen los criterios del Comercio Justo. Son las que se denominan 100% Comercio Justo, en el sentido de que todas sus actividades, modo organizativo y relaciones que establecen están enmarcadas en los principios del Comercio Justo.



b. FLO, la Organización de Certificación de Comercio Justo (Fair trade Labelling Organisation), agrupa a 19 iniciativas estatales de sellado, en Europa, América del Norte, Japón y Oceanía y 3 redes de grupos productores (Latinoamérica y Caribe, África y Asia), con plenos derechos; así como 2 miembros asociativos (Sello Comercio Justo Sudáfrica y Comercio Justo México).

Como decíamos, estas organizaciones llegaron a una definición conjunta, en el año 2008, que responde a un acuerdo sobre los principios genéricos que pretenden definir y diferenciar las actuaciones que se enmarquen bajo el paraguas del Comercio Justo (Cuéllar y Reintjes, 2009: 197). Esta definición fue: *El Comercio Justo busca transformar las estructuras y prácticas comerciales a favor de las personas pobres y en situación de desventaja, especialmente en el Sur. A través de la construcción de colaboraciones comerciales basadas en la igualdad y la transparencia, el Comercio Justo contribuye al desarrollo sustentable de personas productoras marginadas, trabajadoras y sus comunidades. A través de la demostración de alternativas al comercio convencional y otras formas de lobbying, el Comercio Justo «empodera» a la ciudadanía para presionar por un sistema comercial internacional basado en procedimientos justos. A partir de esta definición conjunta, los principios en los que se ha consensuado que se apoya el Comercio Justo se han establecido en base a tres ideas:*

a. El Comercio Justo debe suponer la concreción de unas transacciones comerciales que prioricen grupos productores y personas trabajadoras en situación de marginación, con el fin de ayudarlas a pasar de una situación de vulnerabilidad a otra de seguridad y autosuficiencia económica.

b. Esta propuesta debe considerar a grupos productores y a la personas trabajadoras como partes activas de sus organizaciones.

c. Las transacciones así establecidas deben perseguir jugar activamente un papel cada vez mayor en el panorama del comercio internacional para conseguir una mayor equidad.



Estos principios establecen tres cuestiones básicas: el tipo de actores prioritarios con los que trabajar desde el Norte; los modos organizativos que se pretenden establecer en estas contrapartes; y la misión de alcanzar más presencia (cuotas de mercado) en el panorama del comercio internacional. A partir de aquí, estas organizaciones concretaron una serie de objetivos comunes sobre los que se debe construir cualquier relación productiva y comercial basada en el Comercio Justo:

a. *Facilitar el acceso al mercado para grupos productores marginados*: se trata de dar acceso al mercado internacional justo a grupos de pequeñas productoras, habitualmente excluidos del Comercio Internacional. Asimismo, aquí se incorpora la idea de acortar la cadena de suministro. De esta manera, se pretende dar a los grupos productores un mayor beneficio del precio final que el que asigna el comercio habitual.

b. *Relaciones comerciales sostenibles y equitativas*: la equidad y sostenibilidad de las relaciones comerciales se traduce en varios elementos. En primer lugar el precio justo, que incorpora por un lado, los costes directos e indirectos de producción, sea cual sea el precio en el mercado internacional. En estos costes incluyen remuneraciones del trabajo justas y costes relacionados con manejos respetuosos con los recursos naturales. Por otro lado, se establece una prima sobre este precio asignada para atender necesidades de inversiones futuras, tanto productivas como para infraestructuras de la comunidad o grupo. En segundo lugar, se consideran los términos financieros de la relación comercial, tales como: la prefinanciación de los pedidos cuando es requerida por el grupo productor; y compromisos de compra-venta a largo plazo,. Estos compromisos facilitan la cooperación entre ambas partes en el largo plazo.

c. *Construcción de capacidades y empoderamiento en los grupos productores*: Las relaciones de Comercio Justo se proponen ayudar a las organizaciones productoras a conocer y asumir las condiciones y tendencias del mercado internacional. En esta línea, plantean la necesidad de desarrollar conocimientos, habilidades y recursos que les permitan ejercer más control e influencia sobre estos procesos externos.



d. *Sensibilización del consumo e incidencia política*: El Comercio Justo plantea reducir los intermediarios, fomentando un acercamiento o conexión entre la producción y el consumo. Asimismo, plantea la importancia de informar al consumo de la necesidad de justicia social y de las oportunidades de cambio. Plantean que es la sensibilización de este consumo la que llevará a tener más capacidad de presión política, para lograr el fin último de un sistema global de comercio que sea justo y equitativo, en estos términos.

e. *El Comercio Justo entendido como «contrato social»*: Los compromisos a largo plazo entre los actores implicados en la relación comercial deben incorporar algunos criterios. Por un lado, que las condiciones que se establezcan estén consensuadas a través de procesos de diálogo, transparencia y respeto. El compromiso o contrato al que se refieren se exige tanto a la figura de comprador o consumo: debe pagar precios justos, proveer prefinanciación y ofrecer apoyo para la construcción de capacidades; así como a la figura de los grupos productores, quienes deben usar los beneficios de estas transacciones comerciales para mejorar sus condiciones económicas y sociales, especialmente de los miembros más desaventajados de sus organizaciones, así como garantizar un funcionamiento horizontal y participativo.

Lo interesante del Comercio Justo, así entendido, es que analiza que las situaciones de explotación laboral y ambiental existentes en la mayoría de los territorios, más que causas son una consecuencia o síntoma de la pobreza y la desigualdad. Si queremos abordar las primeras, habrá que transformar las verdaderas causas de las segundas. Y una de estas causas la identifican en el marco del desajuste endémico y sistémico de las lógicas, estructura y funcionamiento de la economía y el comercio internacional.

La estrategia que plantean, por lo tanto, está dirigida a establecer nuevas formas de relaciones comerciales, y no sólo a través de nuevas formas de producción, más sostenibles ecológica y socialmente, como proponen lo que se conoce como los sellos éticos. Se considera íntimamente ligado a esto las condiciones en las que se realizan las transacciones comerciales. Si estas condiciones no son justas, difícilmente se podrán respetar determinadas normas legales en torno a los Derechos Humanos,



laborales y ambientales en la producción. Así, lo que la OMCJ y FLO establecen es una necesidad de adquirir compromisos más profundos por parte de los actores de la cadena comercial; así como reconocer que hay que promover cambios reales en el contexto social y político en el que desarrollan sus relaciones económicas y transacciones.

Si bien lo que hemos planteado son las propuestas teóricas que nos vienen de los dos grandes referentes del movimiento del Comercio Justo, actualmente este movimiento se debate entre dos posicionamientos diametralmente opuestos, que representan visiones y estrategias muy diferentes. La cuestión del comercio internacional, de la injerencia de los países del Norte en lo que se produce y cómo en los países del Sur, el perfil del consumo al que va dirigida esta propuesta, son algunos de los interrogantes que generan diferentes estrategias y, por lo tanto, incidencias. Podríamos simplificarlas en dos tendencias extremas: por un lado, un Comercio Justo más en la línea de lo que se conoce como el comercio ético; y por otro lado, encajar en las demandas y propuestas de la Agroecología, la Soberanía Alimentaria, y el paradigma de la Economía Solidaria. A continuación vamos a tratar de profundizar en estas diferentes propuestas, analizando asimismo sus implicaciones.

3. La convencionalización del Comercio Justo: tendiendo hacia un comercio ético

La postura de parte del movimiento del Comercio Justo, representada por FLO, basa sus estrategias en la idea de ganar cuotas de mercado en el corto plazo. De esta forma, se persigue de manera rápida conseguir dos cuestiones: que más grupos productores se vean beneficiados de esta propuesta; y alcanzar una mayor capacidad de presión e incidencia política en las normas e instituciones del comercio internacional.

Las estrategias que traducen este objetivo persiguen llegar a un mayor número de personas consumidoras, e implicar en estos principios a un número creciente de actores, sean cuales sean estos. La consecuencia de estas estrategias, que se puede



observar en la evolución seguida por FLO desde que surge en el año 1989, ha sido un proceso de convencionalización, que lo está alejando de los principios y objetivos propuestos a nivel teórico. Para implicar a nuevos actores, y conseguir grandes cuotas de mercado, se están suavizando las reivindicaciones y criterios. Se valora por encima de la profundidad de los cambios, que los actores hegemónicos del comercio internacional y las personas consumidoras del Norte modifiquen ciertas pautas, y de esta manera transformar de manera progresiva el sistema económico y comercial internacional actual. Las organizaciones que están optando por esta vía se acercan más a las propuestas del denominado comercio ético.

Para entender un poco mejor lo que supone esta estrategia, cabe explicar de manera sintética eso del comercio ético. Se trata de una propuesta que surge con fuerza en la década de los 90. El principal objetivo: ofrecer los productos que las personas consumidoras del Norte adquieren habitualmente, de las empresas y marcas que ya conocen, pero con la garantía de que se han respetado unas ciertas condiciones en la producción, para las que están especialmente sensibilizadas.

“Estudios de mercado muestran que la mayoría del consumo y las empresas no están por hacer esta contribución tan activa [la que supone el Comercio Justo]. Creemos que la gente quiere seguir comprando su marca favorita de café, por su calidad, sabor y precio, sabiendo que ha sido producido de una forma sostenible” (Utz Kapeh, 2007).

Con esta perspectiva, estas iniciativas lo que garantizan es el cumplimiento de unos estándares ambientales y laborales de carácter bastante mínimo (en la mayoría de los casos, se basan en la legislación internacional vigente y la existente en el país productor). Es muy habitual exigir unos estándares muy poco ambiciosos como obligatorios, para permitir a la empresa en cuestión ostentar el sello ético, y luego una serie de criterios recomendables con la idea de facilitar procesos de mejora a criterio, en ritmos y contenidos, de la propia empresa. Se evita en todo momento presionarla, sino más bien hacer que ella misma los vaya asumiendo.



Lo más destacado es que estas iniciativas dan la idea de una producción sostenible, cuando lo que están haciendo es garantizar el cumplimiento de unos criterios que ya están recogidos en las legislaciones. Su cumplimiento debería ser velado por las instituciones públicas, al basarse en general en la legalidad, y no por iniciativas privadas de esta índole.

Otro elemento interesante de estas iniciativas es que sólo establecen criterios para los procesos productivos. En ningún caso regulan unas condiciones mínimas de comercialización e intercambio, por lo que reflejan cierta fragilidad para garantizar determinados derechos. De hecho, en la mayoría de los casos, son las condiciones de precios bajos, plazos cortos y contratos inestables, lo que lleva a establecer condiciones productivas ambiental y socialmente dañinas y explotadoras. Difícilmente se podrán cumplir cuestiones laborales mínimas si no hay unas condiciones de comercialización que lo permitan.

Por sus objetivos y sus dinámicas de funcionamiento, estas iniciativas suelen trabajar con grandes actores económicos. No suponen cambios estructurales en los mecanismos de funcionamiento del sistema económico generador de injusticias, sino ciertos retoques hacia un comportamiento menos agresivo e injusto. Hacia las personas consumidoras, no suponen ningún cambio de mentalidad. Permiten tranquilizar conciencias, sustituyendo dentro de los mismos productos y marcas, los que no tienen el sello por otros que sí lo llevan. El único esfuerzo es, en algunos casos, pagar un precio algo superior. Su modo de establecer los criterios y estándares van dirigidos a responder a las personas consumidoras del «Norte», que exigen determinados mínimos de conciencia, pero que no están dispuestas a hacer cambios en sus hábitos de consumo y compra.

Si el Comercio Justo se plantea estas iniciativas como sus más directas competidoras, significará que quiere ganarse la confianza de personas consumidoras que no están dispuestas a hacer grandes esfuerzos para que las condiciones de injusticia e inequidad del sistema económico actual cambien. Y esto, indudablemente, sólo se podrá hacer si el Comercio Justo diluye criterios y busca alianzas con los grandes actores hegemónicos de este sistema global (esto incluye las grandes multinacionales de la



distribución). Estas estrategias presentan importantes riesgos de tranquilizar conciencias y acallar denuncias y reivindicaciones sin que nada cambie a nivel estructural.

4. La radicalización del Comercio Justo: hacia la Soberanía Alimentaria y la Economía Solidaria

La otra opción, en esta disyuntiva que no suele ser tan simple pero que es didácticamente esclarecedora, es la parte del movimiento del Comercio Justo que mira hacia los movimientos campesinos y rurales agroecológicos, por un lado, y las iniciativas de relocalización y democratización de la economía por otro. Una mirada a estas organizaciones lleva a plantear dos objetivos: la soberanía alimentaria de los territorios y el paradigma de la Economía Solidaria.

De la Soberanía Alimentaria no cabe decir, a estas alturas del curso, gran cosa que no se haya dicho y discutido ya. Profundizaremos en el paradigma de la Economía Solidaria para tratar de entender mejor esta estrategia del Comercio Justo. Paradigma construido sobre la base de experiencias comunitarias que, como plantea Gaiger (2005), no entraban en ninguno de los modelos dominantes de la segunda mitad del s.XX (el capitalista y el socialista). Han sido iniciativas que la Economía convencional no ha considerado apenas en sus estudios, al interpretarlas como focos de defensa y resistencia y no como alternativas reales a los pilares económicos predominantes.

Su cuerpo teórico se empieza a sistematizar a partir de la década de los 80, sobre la base de diversas corrientes de economía alternativa, que venían proponiendo y practicando diferentes movimientos sociales en los distintos continentes y que recibían diversos nombres (Guerra, P., coord., 2007): Economía Solidaria, de la Solidaridad, Popular, Social, Social y Solidaria, Comunitaria, del Trabajo, de la Vida, etc.

Fue en el II Foro Social Mundial en Porto Alegre, en el año 2002, cuando se tomó la decisión de consensuar una denominación común para crear fuerza. Esta fue la de Economía Solidaria. Desde entonces, este concepto ha ido cogiendo fuerza y está siendo generalizado y globalizado como paraguas que permite la construcción de un contexto teórico común.



La Economía Solidaria concibe el conjunto de actividades de producción, comercialización y consumo a través de mecanismos democráticos, protagonizados por compromisos humanos tanto a nivel local como global (Fraisie et al., 2002). De este modo, este paradigma económico propone supeditar las actividades y relaciones de tipo económico a:

- a. criterios éticos, sociales y ambientales de sustentabilidad;
- b. dinámicas de reciprocidad y solidaridad, que fomenten la democratización de todos los niveles y;
- c. la creación de puentes entre los intereses individuales y los intereses colectivos.

Podemos generalizar que las iniciativas organizacionales que se enmarcan en este paradigma surgen para crear sus propios recursos de trabajo o para acceder a bienes y servicios, basando sus procedimientos en los principios de reciprocidad, solidaridad y de articulación entre intereses individuales y el interés colectivo (Sguiglia, N. 2011; Magnani, E. y Cabral, C., 2011).

El contexto en el que se están desarrollando son espacios que genera el sistema económico hegemónico que están excluidos o se excluyen del mismo por tres motivos: bien por estar desamparados por el mercado, al ser este un mecanismo de regulación que considera sólo las demandas económicas y no las necesidades de las personas; bien por quedar desprotegidos o excluidos por el Estado o; bien por estar desilusionados con las utopías tradicionales (Lisboa, 2001).

Podríamos resumir que estas iniciativas surgen bien por necesidad, bien por ideología o identidad. Por necesidad, en contextos de marginación y exclusión donde es urgente a nivel vital construir otras iniciativas económicas encaminadas a satisfacer necesidades básicas no cubiertas, a través de otros modos y racionalidades y; por ideología o identidad, como proyectos políticos que surgen de actores sociales que se reconocen en la inquietud y el rechazo en torno al modelo político - económico dominante y se articulan con la convicción de construir alternativas al mismo. Esta dimensión de identidad – ideología es importante en el paradigma de la Economía



Solidaria, ya que sin ella se reduciría a una propuesta asistencialista, a través de la cual trataríamos de amortiguar los efectos perversos del sistema económico hegemónico. Sin esta perspectiva, se pierde el sentido de cambio y transformación social que subyace a este paradigma.

El decálogo o carta de la Economía Alternativa y Solidaria sobre el que se basan este tipo de propuestas plantea los siguientes principios (Reintjes, 2010):

a. Igualdad: Satisfacer de manera equilibrada los intereses respectivos de todos los protagonistas (trabajadores, empresarios, socios de la asociación o accionistas de la empresa, clientes, proveedores, comunidad local, nacional e internacional, etc.)

b. Cooperación: Favorecer la cooperación como un valor más humano, más rentable y más eficaz, en lugar de basarnos en la competencia dentro y fuera de la organización.

c. Empleo / Trabajo: El objetivo es crear empleos estables y favorecer el acceso a personas desfavorecidas o poco cualificadas, ya sea vía contratación o a través del autoempleo gestionado por ellas mismas. Asegurar a cada miembro del personal condiciones de trabajo y una remuneración digna, estimulando su desarrollo personal y su toma de responsabilidades.

d. Sin ánimo de lucro: Que todos los beneficios que la buena gestión generen se empleen para mejorar los medios y seguir trabajando en la misma dirección, y nunca para repartir entre las personas gestoras o asociadas.

e. Medio Ambiente: Favorecer acciones, productos y métodos de producción no perjudiciales para el Medio Ambiente a corto y largo plazo, de manera que el desarrollo pueda ser sostenible en el tiempo sin hipotecar el futuro de las generaciones venideras.

f. Compromiso con el entorno: Estrechar lazos con la población cercana del territorio donde realizamos nuestras actividades productivas de manera que sea el conjunto de nuestro entorno el que avance a la par que nuestra iniciativa.

Desde esta visión que aporta la Economía Alternativa y Solidaria, el esquema comercial Sur, productor de materias primas o artesanía, y Norte consumidor, en el que viene trabajando el Comercio Justo sigue perpetuando unas lógicas de la economía



globalizada muy perjudiciales. Básicamente, supone un fortalecimiento de las economías de exportación, perpetuando dos cuestiones: las amenazas a la seguridad alimentaria que esto provoca, por priorizarse el abastecimiento y fortalecimiento de los mercados internacionales frente a los locales; y la soberanía, pues sigue siendo el Norte consumidor quien define qué productos debe producir el Sur, cómo y cuándo.

“Visitamos organizaciones de Comercio Justo en Holanda, Bélgica... Falta una palabra: Solidario. Justo supone pagar un precio mayor, pero solidario supone una mayor implicación con el productor: velar por la soberanía alimentaria. El Comercio Justo promueve la exportación (...) y trabaja con materias primas, y no con transformaciones (...). El Comercio Justo no es una alternativa real, no es una lógica realmente diferente”. Marfio, productor agroecológico de la Red Ecovida de Agroecología y Certificación Participativa (Curitiba, Brasil).

Por otro lado, dentro de estos paradigmas, resulta muy criticable fortalecer procesos mercantiles que suponen transporte de productos y mercancías a largas distancias, dados los problemas ambientales de contaminación y consumo de recursos naturales escasos que se generan.

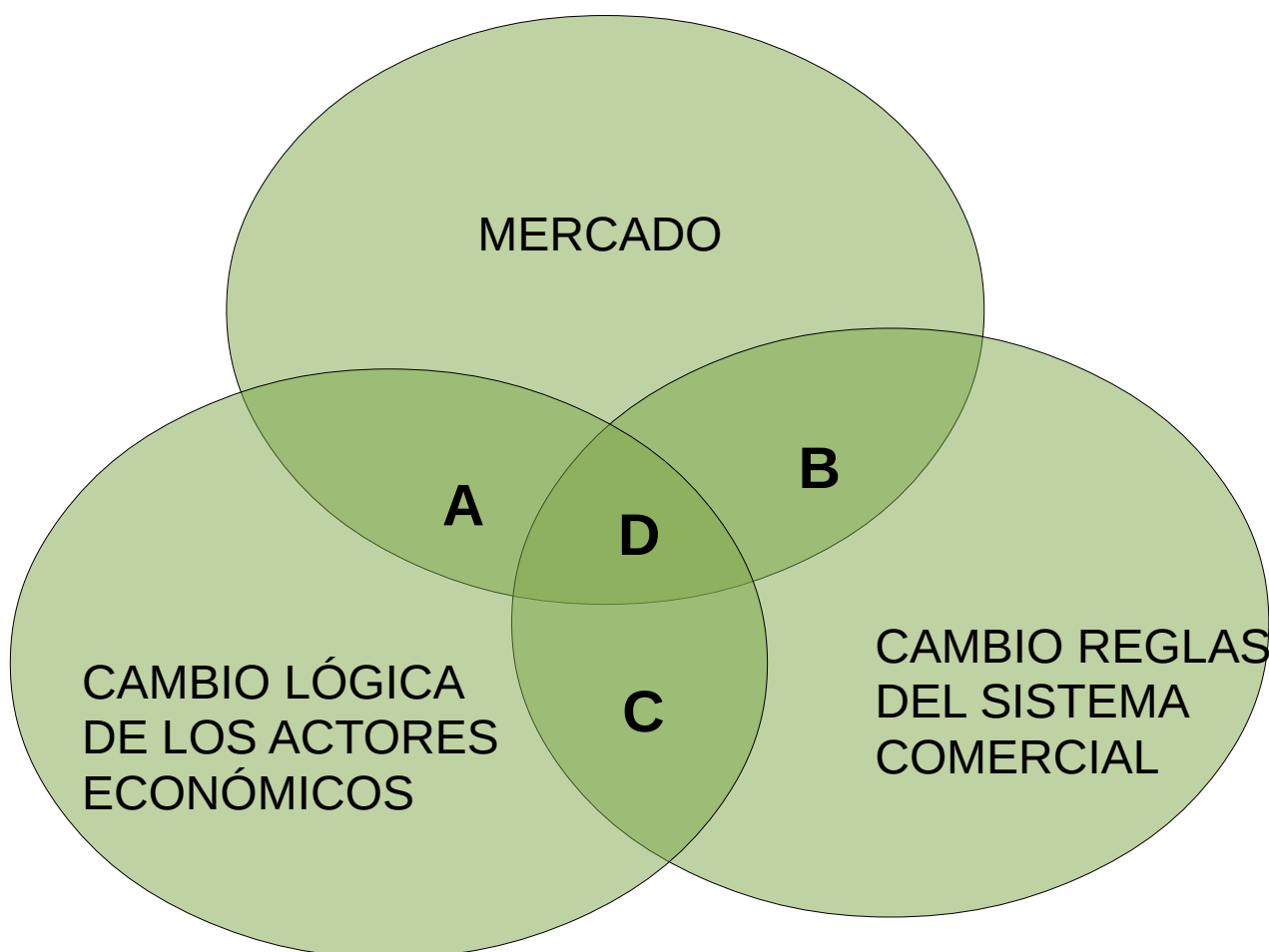
La Soberanía Alimentaria y la Economía Solidaria le plantean al Comercio Justo el reto de reforzar los mercados locales y los procesos endógenos de cambio social hacia el “vivir bien” (Rist, 2011) en los territorios; dejando de un lado las lógicas de exportación, aunque se pretenda hacer a través de ciertos criterios de justicia social. Si bien es una estrategia a largo plazo, surgen como propuestas realmente innovadoras y transformadoras de las tendencias de la economía global actual.

5. Una propuesta de análisis de hacia dónde construimos el Comercio Justo

Para analizar las estrategias que las distintas organizaciones articulan para desarrollar el comercio Justo, retomamos una propuesta realizada por Cuéllar y Reintjes (2009: 34). En ella se establecen tres dimensiones entre las que se mueven las organizaciones. Según el peso relativo que les den a unas y otras, las estrategias y las visiones en torno al Comercio Justo variarán y se moverán hacia posiciones más

convencionales y mercantilistas, o bien hacia propuestas y planteamientos que generen cambios estructurales más radicales. Las tres dimensiones se muestran en la figura siguiente.

Figura 1. La trisyuntiva del Comercio Justo



Fuente: Cuéllar y Reintjes, 2009: 34

5.1. El desafío del Mercado

Dentro del círculo del “**Mercado**” se integran las transacciones comerciales y financieras. Este desafío plantea, por un lado de la cadena, la cuestión del acceso al



mercado de los grupos productores, en lo que se refiere a volúmenes de venta y canales de comercialización. Aquí se contempla la cantidad de grupos productores que podrán insertarse en el mercado, sea cual sea éste, a través de un tipo de lógicas y de criterios en la producción y la comercialización denominadas «justas». Por el otro lado de la cadena comercial, esta dimensión contempla la cuestión de la accesibilidad de estos productos para su compra, esto es, cuántas familias consumidoras tienen fácil acceso a este tipo de productos.

La cuestión que plantea esta dimensión es conseguir cuanto mayor volumen de producto transaccionado bajo criterios “justos”, mejor, a la escala que sea. Se trata de facilitar que cuantos más grupos productores entren en estos canales, mejor; y para ello se trata de que la demanda por este tipo de productos aumente lo más posible, es decir, que se facilite al máximo el acceso de estos productos a las familias consumidoras (para un análisis de estas demandas actuales de consumo responsable Cf. Howard y Allen, 2010).

La estrategia que mejor consigue este propósito, en el corto y medio plazo, es aquella que plantea que los criterios “justos” entren en cualquier cadena comercial, sea del tipo que sea a nivel de extensión, de tipos de actores, etc. Lo que se persigue es aumentar al máximo la accesibilidad para el consumo, y esto pasa por permitir la entrada a aquellos actores que actualmente controlan los mercados y el abastecimiento. Se defiende bajo la óptica de que las condiciones de producción y comercialización actuales son insostenibles para la inmensa mayoría de grupos productores, y que lo urgente es cambiar esto, a través de los medios que sean necesarios. Estos medios, que no son sino permitir entraren el Comercio Justo a actores convencionales, que lo pueden ver como un nicho de mercado, tiene, evidentemente, consecuencias importantes en los criterios que se exigen y se mantienen. En la mayoría de los casos, se dan procesos de flexibilización de ciertos principios y estándares para facilitar la entrada de actores comerciales convencionales poderosos y aumentar, así, rápidamente, los volúmenes de producto y los grupos productores “beneficiados”. Dada la realidad del comercio actual y ubicando dónde se mueven los grandes volúmenes, esta estrategia está priorizando, fundamentalmente, el comercio Sur Norte.



Su prioridad es insertar productos del Sur en los mercados del Norte, bajo condiciones de justicia.

A modo de resumen, podríamos decir que cuando en el Comercio Justo se prioriza la cuestión de los volúmenes y las transacciones a corto plazo, se plantea como una relación comercial Norte-Sur. Se justifica en base a un compromiso a corto plazo con las necesidades y problemas de los grupos productores que se insertan en los canales del Comercio Justo. Y plantean como efecto positivo que se modifican en ciertos sectores y productos la conducta de aquellos actores comerciales que están manejando los hilos del sistema comercial mundial: grandes superficies, multinacionales, etc. Existen algunos datos y sectores estrella que avalan estas hipótesis. Por ejemplo, el 55% del plátano que se consume en Suiza está dentro de este Comercio Justo (Cuéllar y Reintjes, 2009), lo que viene generando presiones en el resto de actores que trabajan en este sector.

Los actores que impulsan esta estrategia se plantean que el cambio en las pautas y reglas del comercio internacional cambiarán como consecuencia de un aumento en la demanda y, por lo tanto, en las cuotas de mercado, de este tipo de principios, aunque estén suavizados. Así, aspiran a unos cambios en las reglas y en las lógicas del comercio internacional menos profundos y estructurales, pero más rápidos.

6.2. El desafío del cambio en la lógica, valores, estructuras y funcionamiento de los actores económicos

En el círculo denominado de “**Cambio en la lógica, valores, estructuras y funcionamiento de los actores económicos**”, se representa la estrategia opuesta a la descrita en torno al mercado y el aumento de cuotas y de transacciones. Este desafío plantea la necesidad de incidir e incorporar los principios de justicia y equidad al interno de las estructuras y lógicas de funcionamiento de las entidades económicas que pretenden construir procesos de producción y comercialización “justos”. El hecho de que una entidad priorice este desafío supone una inmersión de ésta y de sus lógicas en el paraguas de la Economía Alternativa y Solidaria. Implica una visión del Comercio



Justo en la que éste es considerado como un elemento más de esta amplia corriente, en la que se debe insertar creando redes y sinergias con las demás iniciativas con las que comparte visión económica y política.

Insertar al Comercio Justo en el paraguas de la Economía Solidaria supone que cualquier entidad que quiera trabajar en él, establecerá en su trabajo cotidiano procesos que siempre tengan presente el enfoque de desarrollo endógeno. Ya sea desde la producción, pasando por la comercialización y el consumo, supone una toma de conciencia de la profundidad de cambios que requiere el abordaje de las problemáticas de inequidad a las que supuestamente el Comercio Justo quiere atender. De esta forma, no se plantean llegar masivamente al público general inconsciente, sino establecer estrategias a largo plazo de concienciación y responsabilización del consumo. Bajo esta perspectiva, los problemas del sistema comercial no atañen sólo al Sur, sino que hay que contrarrestarlos tanto ahí como en el Norte. Por este motivo, se deben incorporar los principios del Comercio Justo no sólo en el comercio Sur-Norte (y éste sólo bajo determinadas pre-condiciones que no comprometa la Soberanía alimentaria de los pueblos exportadores), sino también en las relaciones Sur-Sur y Norte-Norte.

Bajo esta perspectiva, muchos de los actores portagonistas del sistema productivo comercial actual no deben existir. No es una cuestión de que cambien determinados procedimientos en determinados productos, sino que requeriría un cambio radical en sus estructuras, cuestionando sus objetivos, sus principios rectores y sus estructuras jerárquicas. Por el lado del consumo, no se trata sólo de plantear la compra de productos con garantía de un origen ético o ambiental respetuoso, sino de cuestionar el propio modelo de consumo de nuestra sociedad, y a través de qué canales se adquieren los productos (pequeñas tiendas familiares, compras directas a familias productoras o grandes superficies multinacionales).

El desafío en el cambio de las reglas comerciales del sistema actual se plantea a través de la acción directa. De construir en la práctica otras estructuras y otras relaciones, que se salgan del sistema hegemónico. Conforme estos grupos vayan aumentando en número, irán ocupando más espacio y desplazando a las estructuras y las relaciones



injustas. Muy lejos queda la idea de que los actores hegemónicos cambien sus estructuras y objetivos de funcionamiento, en aras de la equidad y la justicia social. Plantean su desaparición y, por lo tanto, ni se plantean la idea de negociar con ellas sobre las reglas a implantar. La lógica de esta estrategia es no permitir lo que se concibe como un lavado de imagen a actores ampliamente denunciados por sus lógicas y actitudes. Por el contrario, se persigue luchar para hacerlos desaparecer, a través de la concienciación del consumo. Bajo la lógica mejor poco y profundo que mucho y superficial, la capacidad de absorción, en el corto plazo, de organizaciones productoras es mucho menor.

6.3. El desafío de la incidencia en el cambio del sistema comercial

Este tercer desafío propuesto representa la capacidad de presión e influencia sociopolítica para implantar en las reglas del comercio actual principios y estándares de Comercio Justo. La disyuntiva frente a este desafío se presenta en la predisposición que muestran las distintas organizaciones o redes a negociar estas reglas. Por un lado, determinados actores plantean admitir rebajas en los cambios reivindicados en aras de ganar mayores cuotas de mercado. De esta forma, aunque sea través de un comercio menos justo y de unas entidades que no comparten realmente estas filosofías, se permitirá que un mayor número de grupos productores tengan una mejor situación que la actual. En este caso se aceptan recortes con el fin de atraer a cuantos más actores económicos mejor.

Por otro lado, otros actores plantean mantener unas reglas profundas y estrictas, en aras de conseguir cambios estructurales radicales en la economía y sus actores. No se plantean otro horizonte que no sea el de una Economía Solidaria y alternativa, pues es el sistema económico en si, y no determinadas pautas, lo que genera la actual desigualdad e insustentabilidad.

Este desafío, en las organizaciones que hacen en la práctica las propuestas que plantean, se da como una consecuencia. Aparte, se establecen campañas de presión política y de crítica al sistema actual. Sólo en algunos casos, este desafío es una



estrategia en sí. Se trata de ONGs y actores cuya misión se centra en la investigación y la denuncia del sistema actual y de posibles alternativas, pero sin construirlas en la práctica.

6.4. Estrategias intermedias

Las letras indicadas en la figura indican, siguiendo en un esquema simplificador pero, por tal, esclarecedor, algunas estrategias intermedias. Evidentemente la realidad está compuesta por una amplísima y rica gama de opciones, que cualquier caracterización simplifica y empobrece. Sin embargo, este esquema nos ayudará a continuar con nuestro análisis de hasta dónde el Comercio Justo puede construir soberanía alimentaria o, por el contrario, destruirla.

Si una organización se situara en la posición central, significaría que establecería un equilibrio, en sus objetivos estratégicos, entre plantear salidas comerciales a los productos de Comercio Justo con los que trabaja de forma importante y rápida, pero no a costa de cualquier cosa. Esta organización asumiría como propia una estructura y una lógica económica internas acordes con las propuestas de la Economía Alternativa y Solidaria, es decir, transparente, horizontal y democrática, ambientalmente sustentable, etc. Y por último se plantearía como objetivo la incidencia y presión políticas coherentes y ambiciosas en cuanto a las reglas exigibles. Si los tres desafíos tienen la misma relevancia a nivel estratégico y político en una organización, ésta se situaría, en el gráfico, en la posición que hemos denominado como equilibrio. Esta organización, sin embargo, en esta situación ideal dentro de los debates del Comercio Justo, debería plantearse una última cuestión, que faltaría en este gráfico: ¿está contribuyendo a construir soberanía alimentaria? Y, en este sentido, habría que plantearse dos cuestiones. Por un lado, cuán de dependiente a nivel alimentario y productivo es el proceso productivo que se lleva a cabo del exterior. Esto nos plantea una mirada hacia cómo se está produciendo y, qué nivel de autosuficiencia y diversidad productiva se está garantizando. Por otro lado, en lo que respecta a los excedentes de la producción una vez satisfechas las necesidades internas, cabría



preguntarse: qué tipos de mercados y canales comerciales está desarrollando y fomentando. Si están más centrados en mercados locales e internos, entonces estaríamos hablando de un Comercio Justo que fomenta la soberanía alimentaria, pero si fomenta prioritariamente canales de exportación, dejando desabastecidos los mercados locales e internos, entonces sería una propuesta que destruiría potencial de soberanía alimentaria.

Por su parte, la posición denominada como B representa a aquellas organizaciones que planean un cambio de ciertas reglas comerciales a partir de lo que hay en el mercado. No es una solución estructural, sino de modificación de ciertos comportamientos para que los actores actuales del mercado actúen bajo determinados criterios de ética y justicia. Es una estrategia que trata ampliar de forma lo más rápida posible el mercado de productos con ciertos contenidos éticos en sus procesos productivos o comercializadores, pero la estructura del sistema no se modifica. La relación de esta estrategia con la soberanía alimentaria está clara. Si el sistema comercial actual basado en exportaciones no se modifica, se está apoyando muy poco los principios de la soberanía alimentaria. Por otro lado, si se permite la existencia de estructuras jerárquicas que ostentan monopolios agroalimentarios, difícilmente se podrán articular procesos de autodeterminación y cooperación social que permitan a los territorios definir sus sistemas agroalimentarios. Esta estrategia perpetuaría las relaciones de dependencia y los sistemas agroalimentarios jerárquicos actuales, que son totalmente contrarios a las propuestas de la soberanía alimentaria. Por otro lado, los cambios radicales que requiere esta propuesta suponen procesos lentos y de medio-largo plazo, y esto deja sin respuesta las necesidades en el corto plazo de numerosas situaciones críticas. El proceso de transición del estado actual a un estado ideal de soberanía alimentaria en el mundo requiere de una profunda reflexión de hasta dónde se deben ceder principios en el corto plazo.

Este cuestionamiento es el que se puede plantear a la posición C. La posición C representa a las organizaciones enmarcadas, por su estructura y su funcionamiento, en el paraguas de la Economía Alternativa y Solidaria. Son organizaciones que plantean la necesidad de incidir y presionar políticamente para exigir un cambio en las reglas



internacionales, y denunciar los efectos perversos de muchas de las estructuras hegemónicas del ámbito económico actual, así como de las relaciones que se han instaurado. Denuncian y dan argumentos por los que estas no tienen cabida y por los que resulta necesario construir otras, a partir de las lógicas y valores de la Economía Alternativa y Solidaria. Es una estrategia de resultados más lentos, pues los cambios estructurales siempre son más complejos y difíciles de alcanzar que los cambios parciales, pero por incidir en modos de funcionamiento horizontales y relaciones de equidad, contribuyen a la construcción de los principios de la Soberanía Alimentaria.

La posición A representa el modo de funcionar de muchas de las experiencias que están construyendo soberanía alimentaria a todo lo largo y ancho del mundo. Son experiencias que están funcionando en coherencia con el paraguas denominado de la Economía Alternativa y Solidaria, construyendo en lo local regional alternativas reales y viables de este modo de concebir la alimentación y la organización social, pero que se mantienen al margen del sistema global. Se preocupan por mantener unos principios y unos valores sólidos y profundos y de construir a su alrededor opciones de mercado. Pero se mantienen políticamente al margen del sistema que les rodea. Resuelven sus necesidades de mercado, pero a un nivel micro; bajo la convicción de que los conceptos se construyen en la práctica y el día a día, y que la proliferación de estas burbujas de alternativas y de resistencias al sistema comercial globalizado será lo que pueda a la larga cambiarlo. La lucha política del cambio de reglas a nivel global no es una prioridad, al dudarse de la capacidad real de transformación que determinados cambios institucionales puedan generar.

6. A modo de síntesis: una visión alternativa del Comercio Justo para construir Soberanía Alimentaria

La Soberanía Alimentaria le plantea una serie de interesantes retos al Comercio Justo, entendido este como movimiento social. En base a estos desafíos, podemos analizar las estrategias que plantean las organizaciones que construyen este el movimiento, y las consecuencias de las mismas.



Las estrategias más alejadas de la visión de la Soberanía Alimentaria son aquellas que construyen el Comercio Justo como un modelo más auténtico, y profundo en criterios, de comercio ético. En esta visión entran todos los actores del sistema agroalimentario hegemónico. De hecho, viene impulsado y concretado desde el sector empresarial, a menudo liderado por los principales actores económicos (corporaciones transnacionales, lobbying empresariales, etc.). Estos actores han reaccionado ante la demanda creciente por parte del consumo, especialmente de los países del Norte, que exige ciertos compromisos éticos en los modos de producción y comercialización. Esto ha tomado una especial relevancia con la intensificación del proceso de deslocalización que las empresas occidentales han promovido hacia países empobrecidos, y donde las denuncias sobre violación de los Derechos Humanos y laborales vienen siendo bastante frecuentes y ampliamente divulgadas.

La reacción del sector empresarial implicado se ha traducido en ciertas iniciativas a las que se ha denominado «éticas», que si bien han establecido ciertas exigencias y niveles de implicación en criterios de tipo social y laboral, quedan lejos de las propuestas iniciales del Comercio Justo.

Frente a este oportunismo de los actores protagonistas del sistema agroalimentario globalizado, una parte del movimiento del Comercio Justo ha planteado aprovecharlas para influir en que este cambio de ciertos comportamientos sea importante. En este sentido, entra a competir con otras propuestas menos exigentes en criterios, como son los sellos éticos, usando los mismos instrumentos y dirigiéndose a los mismos nichos de mercado.

Las estrategias más próximas a la Soberanía Alimentaria son aquellas que cuestionan de raíz el sistema agroalimentario globalizado. El Comercio Justo en este sentido adquiere la noción de relocalización de los mercados, y de autonomía de los territorios, a través de estructuras económicas que rompen con la lógica liberal. La propuesta de Comercio Justo se concibe, de esta manera, como un elemento más dentro de un paraguas más amplio que sería el de la Economía Alternativa y Solidaria.



Las críticas que se vierten al Comercio Justo más clásico, desde esta perspectiva, es que el esquema comercial Sur–Norte sigue perpetuando economías de exportación, lo que supone amenazas importantes a la seguridad alimentaria (debilidad de mercados locales) y la soberanía (es el Norte consumidor quien define qué productos, cómo y cuándo) de los pueblos del «Sur». A esta crítica se suma la inquietud frente al problema ambiental que supone el transporte de mercancías a tan larga escala en nuestro planeta.

La Soberanía Alimentaria plantea para el Comercio Justo la cuestión de no supeditar el abastecimiento local y la autosuficiencia alimentaria a procesos de exportación. Y la necesidad de reforzar el desarrollo local y los mercados locales y regionales de los grupos productores y trabajadores, por encima de mantener, aunque sea mejorando las condiciones, los procesos de exportación. Pero el Comercio Justo plantea a la Soberanía Alimentaria la cuestión de los límites de los mercados locales, y la necesidad de regular de algún modo los intercambios comerciales a escalas más lejanas que los espacios locales y de proximidad. En cualquier caso, el Comercio Justo pone sobre la mesa la necesidad de tener en cuenta y consensuar unas reglas, sea cual sea la escala y las distancias del intercambio, para los procesos de producción y de comercialización, en términos ambientales, sociales, económicos y políticos.

Lo cierto es que en diversos ámbitos, sobretodo en el Comercio Justo, se plantea encontrar un equilibrio sustentable entre la producción para la exportación y la producción para el comercio local y regional. Si bien esto se contempla en diferentes términos de referencia y criterios en estos movimientos, existen muchos casos en la actualidad en los que no es ésta la tendencia y en los que la producción para la exportación predomina en las economías de los grupos productores y sus contextos.



IDEAS CLAVE

- 1.- La Cooperación al Desarrollo clásica ha sido ampliamente criticada por su escaso impacto en el empoderamiento de los pueblos “beneficiarios”, y su escasa capacidad para contrarrestar las políticas de anticoperación que desarrollan los mismos países y organismos que financian esta cooperación al Desarrollo.
- 2.- El Comercio Justo surge en su momento como respuesta ha estas críticas a la Cooperación al Desarrollo.
- 3.- Las dinámicas del Comercio Justo han seguido reproduciendo la dependencia de los países del Sur con respecto a los del Norte, sin trabajar sobre el empoderamiento y la autonomía de los primeros
- 4.- Desde la Soberanía Alimentaria, se plantea la necesidad de establecer un acercamiento entre el Comercio Justo y la Economía Solidaria, con el fin de generar autonomía y empoderamiento de los pueblos, así como relaciones simétricas de poder.
- 5.- La propuesta de un modelo de análisis del Comercio Justo, desde este enfoque, plantea que es importante que haya un equilibrio entre el peso que se le da a la parte comercial, con el peso otorgado al sistema de gobernanza de las propias organizaciones (cómo son de democráticas en su estructura organizativa y en su relación con las demás), así como el peso que se le da a la incidencia en las políticas públicas y en la sociedad para un cambio real de paradigma en las relaciones.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cuéllar, M. y Reintjes, C. 2009: **Sellos y sistemas de garantía para el Comercio Justo**. Ed. Icaria. Barcelona

EFTA, 2001. **Anuario EFTA, el Desafío del Comercio Justo, 2001-2003**, ed. European Fair Trade Association – EFTA, diciembre.

FLO, 2007. **Shaping global partnerships. FLO Annual report**. [Http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/FLO_AR_2007.pdf](http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/FLO_AR_2007.pdf) (fecha de consulta, 9 de abril 2008).

FRaisse, L.; Ortiz, H. y Boulianne, M. (coords.), 2002. *Economía Solidaria. Cuadernos de Propuestas para el s. XXI*, octubre, Alianza 21.

Gallino, L. y COSI, I. 2008. *Occidente produce la fame del mondo*. **La República**. 10 de Mayo.

Guerra, P. (coord.), 2007. *¿Cómo denominar a las experiencias económicas solidarias basadas en el trabajo? Diálogo entre académicos latinoamericanos acerca de la polémica conceptual*. En **Otra Economía, Revista Latinoamericana de Economía Social y Solidaria**, Vol 1, n. 1, 2007, <http://www.riless.org/otraeconomia> (fecha de consulta: 1 de abril de 2008).

Howard, P. y Allen, P. 2010: *Beyond Organic and Fair Trade? An Analysis of Ecolabel Preferences in the United States*. **Rural Sociology** 75(2), 2010, pp. 244–269

Jiménez Puente, M. 2007. **Los proyectos de cooperación en la construcción de la soberanía alimentaria. Aportes estratégicos**. ACSUR-Madrid BY NC SA.



www.acsurasturias.org/contenidos/publicaciones/soberania.pdf (fecha de consulta: 2 de marzo de 2011).

Lisboa, A.M. 2001. **Os desafios da Economia Solidaria.**
<http://tacuru.ourproject.org/documentos/desafios.pdf> (fecha de consulta: 24 de noviembre de 2008).

Llistar, D. 2009. La anticooperación: Los problemas del Sur no se resuelven con ayuda internacional. www.quiendebeaqui.org (fecha de consulta: 1 de febrero de 2011)

Magnani, E. y Cabral, C.M. 2011: *La democracia radical en las empresas recuperadas de Argentina.* En Calle, A. 2011: **Democracia radical, entre vínculos y utopías.** Ed. Icaria. Barcelona

Montagut, X. y Vivás, X. 2006. **¿A dónde va el Comercio Justo?** Ed. Icaria. Barcelona

Radelet, S.; Clemens, M. y Bhavnani, R. 2005. *Counting chickens when they hatch: the short-term effect of aid on growth.* Center for Global Development. Working paper 44/2004. **Finance and development**, 3/2005.

Raynolds, L.T. 2004. *The globalization of organic agro-food networks.* En **World Development**, V. 32, n. 5.

Sguiglia, N. 2011: *Libertad, autonomía, procomún.* En Calle, A. 2011: **Democracia radical, entre vínculos y utopías.** Ed. Icaria. Barcelona

Recursos electrónicos



FLO: <http://www.fairtrade.net/figures.html?&L=1> (fecha de consulta: 31 de enero de 2008).

Baby Milk Action: <http://www.babymilkaction.org/pages/boycott.html> (fecha de consulta: 20 de abril de 2011)

International Baby Food Action Network: <http://www.ibfan.org/fact-nestle.html> (fecha de consulta: 20 de abril de 2011)

http://www.aecid.es/web/es/publicaciones/Documentos/Otros/Africa/Prog_Nauta.htm
(fecha de consulta: 5/11/2010)

<http://www.rlc.fao.org/faoespana/proyecto/africa.html> (fecha de consulta: 15/10/2010)

WFTO: www.wfto.com/ (fecha de consulta: 1 de marzo de 2011)

Utz Kapeh: [http:// consumer.utzcertified.org/index.php?pageID=202](http://consumer.utzcertified.org/index.php?pageID=202) (fecha de consulta: 9 agosto 2010).

Otros recursos

Pingali, 2010: Conferencia impartida por Prabhu Pingali, División para el Desarrollo de la Agricultura, de la Fundación Bill y Melinda Gates: Strategies for Ensuring Sustainable Agricultural Productivity Growth. Simposium internacional “Innovation and sustainable Development in agriculture and food”. Mottpellier, Francia. Del 28 de junio al 1de julio.

Reintjes, 2010: entrevista mantenida con Carola Reintjes, actual Preseidenta de la Organizaición Mundial del Comercio Justo



Rist, 2011: Conferencia impartida por el profesor Stephan Rist, en el marco del Programa Oficial de Posgrado en Agroecología: un enfoque para la Sustentabilidad rural (Universidad de Córdoba, Universidad Internacional de Andalucía y Universidad Pablo de Olavide). Baeza (Jaén, Estado español), el 12 de abril de 2011.