

comercio justo y globalización

El poder hegemónico, a través de la liberalización comercial y el otorgamiento de garantías a los monopolios, está moldeando un mundo cada vez más desigual, con el consecuente deterioro de las condiciones materiales de vida de millones de personas y la degradación del medio ambiente. El individualismo y la ambición de lucro parecen ser los únicos motores posibles para llevar adelante cualquier emprendimiento.

Sin embargo, frente a este panorama, constatamos la existencia y desarrollo de diversas experiencias que intentan recorrer caminos diferentes al impuesto por la globalización neoliberal.

Entre ellas, encontramos la práctica del llamado “comercio justo”, iniciado a mediados de los años 60 en Holanda, como un movimiento que promueve el pago justo a los productores por su trabajo sin intermediaciones especulativas, condiciones laborales dignas, respeto al medio ambiente e inversión de los beneficios en el desarrollo de la comunidad.

El comercio justo es un sistema de comercialización alternativo al comercio convencional, que forma parte de un concepto más amplio, el “comercio ético”. Se trata de una relación de socios en comercio que tiene como meta el desarrollo sostenible de los productores marginados y en desventaja. Entre algunos de sus objetivos podemos enumerar: el mejoramiento de las condiciones de vida y bienestar de los productores a través del mejoramiento de su acceso al mercado; la promoción de oportunidades de desarrollo para productores en desventaja y la protección a los niños de la explotación en los procesos productivos; la creación de conciencia entre los consumidores sobre los efectos negativos del comercio internacional convencional sobre los productores, para que puedan ejercitar su poder de compra responsablemente; y la protección de los derechos humanos a través de la promoción de la justicia social, de prácticas ambientales sostenibles y seguridad económica.

Este enfoque presenta algunas condiciones básicas que lo acercan a los principios y valores de la cooperación y al viejo anhelo de los precursores del cooperativismo, desde Robert Owen (1171-1858) a Charles Gide (1847-1932), quienes buscaban abolir la ganancia inmerecida y suprimir la intermediación superflua entre productores y consumidores.

En Argentina, comenzó a difundirse a partir de la crisis del 2001, por lo que su desarrollo es bastante incipiente, aunque existen algunas experiencias interesantes; pero consideramos que es un ámbito que merece ser explorado formalmente y constituirse en objeto de investigación para el movimiento cooperativo. Por esto, en el presente número acercamos a nuestros lectores el artículo de Inmaculada Buendía Martínez, Jorge Coque Martínez y José Vidal García Alonso, los tres investigadores en España, con el doble propósito de, por un lado, conocer con mayor rigurosidad teórica a qué nos referimos cuando hablamos de “comercio justo” y, por el otro, conocer la extensión, el desarrollo y los resultados alcanzados por estas prácticas a nivel mundial.

Al mismo tiempo, se intenta resaltar la necesidad de diferenciar estas prácticas de posibles distorsiones entendidas como actitudes “superficialmente éticas”, que sólo pretenden la utilización mediática ante la sociedad de la orientación ética, con el exclusivo objetivo de aumentar las ventas y por lo tanto los beneficios, sin que se busque un cambio en el modo de actuar respecto de los trabajadores, el medio ambiente o la protección de los consumidores.

La motivación por explorar estas experiencias reafirma el compromiso del movimiento cooperativo en la construcción de alternativas. Desde nuestra perspectiva, consideramos que no es suficiente el crecimiento y el desarrollo económico, sino que éste debe ir acompañado por el reparto equitativo de la riqueza, la satisfacción de las necesidades básicas, el respeto a la igualdad de oportunidades y el mejoramiento de la calidad de vida de los pueblos.

Para completar el presente número de la Revista, ofrecemos un artículo sobre una de las experiencias exitosas en el campo de los medios de comunicación cooperativos, realización de nuestro movimiento: el *Periódico Acción*, en la letra de su Director, Ulises Gorini. A su vez, complementamos el presente con un artículo de la Lic. Gabriela Roffinelli, que refleja los debates centrales que se dieron en el marco de la actividad realizada por COOPERAR, sobre “Los Medios de Comunicación y el Cooperativismo”, bajo el lema: “Comunicar para crecer”, el día 31 de mayo de 2007, en el Senado de la Nación.

Sumamos también, en la sección “experiencias cooperativas en el mundo”, un artículo sobre la experiencia de Mondragón Corporación Cooperativa (MCC). Se relata allí un análisis sobre el poder y la identidad del grupo Mondragón frente a la globalización y una revisión sobre los cambios que han suscitado los efectos de ese “cambio de época”.

Por último, publicamos un artículo del asesor normativo del IMFC, Aarón Gleizer sobre el proyecto de ley sobre servicios cooperativos y mutuales de salud; junto a la documentación pertinente.