

Vida cooperativa y moral cooperativa

George Laserre ()*

Es necesario ubicar en primer lugar, dentro de los objetivos que persiguen las cooperativas, sus finalidades morales. Éstas pueden resumirse en una fórmula: se trata de instaurar, en las cooperativas como en un todo, relaciones de colaboración confiada entre los hombres. Tal objetivo tiene un valor universal y permanente, síntesis del *sel help*, del respeto de todo hombre, de la honestidad, de la solidaridad, de la justicia conmutativa y distributiva, de la democracia, de la responsabilidad, de las exigencias de una buena gestión, que son los elementos básicos de la moral cooperativa.

Estos diferentes elementos encuentran su aplicación en las reglas de Rochdale, pero deben también penetrar en la organización interna, en la política general, en la vida cotidiana de las empresas cooperativas. Esto presenta numerosos problemas, algunos de los cuales serán encarados en este artículo.

Luego de haber examinado el origen y contenido de la moral cooperativa en los dos artículos precedentes de esta serie ⁽¹⁾, es preciso tratar de determinar lo que podrían hacer el Movimiento cooperativo y cada cooperador para mejorar la situación y para progresar hacia lo que debería ser.

El autor de este artículo, profesor, por lo tanto intelectual, nació en 1902, y necesariamente marcado por el espíritu y lenguaje de su generación, es consciente de la insuficiencia de captación del problema. Será necesario que éste sea reconsiderado en el acercamiento de los jóvenes de hoy, en un acercamiento femenino, en el acercamiento de los dirigentes responsables de empresas cooperativas. La ambición de este artículo, como otros de esta serie, es abrir el debate, que se abrirá, así se espera, en el marco del Instituto Francés de la Cooperación.

¿Cuál es pues el justo lugar que debe ocupar la moral cooperativa en la vida cooperativa?

No dudo en responder: debe ubicarse en primer rango. La ascensión al objetivo supremo.

Había escrito primero: "Reposición en honor" de esta moral, pero ella merece más que honores.

Sería preciso decir: ¿su "restauración"? El término sería muy fuerte, pues dicha moral está lejos de haber desaparecido. ¿"Volver a poner el acento en ella"? No es bastante porque hay silencios a los que hay que poner fin. ¿Un "resurgimiento"? Sí, pero no en un sentido histórico que se limitaría a releer viejos textos, a copiar el pasado. Se trata de una toma de conciencia individual y colectiva.

* *Profesor Honorario de la Universidad de París I. (Traducción de la Sra. María S. Pérez Colman de Cauzillo). Extractado de la revista de Estudios Cooperativos.*

(1) "El sector cooperativo frente al problema humano" R.E.C. 184, 3º Trimestre 1976 y "Morales de clases y moral cooperativa" R.E.C. 186, 4º Trimestre 1976.

"La naturaleza del desafío a vencer por el Movimiento, escribe W. P. Watkins ⁽²⁾, está mal comprendida y traducida equívocamente en términos exclusivamente económicos, financieros y materialistas..." Es preciso "extender el espíritu y las miradas de la gente, formar y profundizar la comprensión de la naturaleza verdadera de la cooperación".

Toma de conciencia del inmenso valor humano de la moral cooperativa, lo que implica haber descubierto sus bases profundas. Es ése el verdadero resurgimiento.

No dudemos, en esta etapa de nuestra investigación, de ver las cosas desde muy alto. No se elige jamás don demasiado cuidado, como merece, el objetivo que se da a su vida, o al organismo para el que colabora.

Llegamos aquí a la afirmación más esencial de nuestra investigación:

Aparte de su utilidad económica, **la razón de ser última del movimiento cooperativo, instauro entre los hombres cierto tipo de relaciones.** No puede limitarse a perseguir la abundancia y el bienestar. Se puede denominar a estas relaciones: **armonía.** Más modestamente: **buen entendimiento,** lo que implica que es necesario saber escuchar al otro y tener en cuenta su punto de vista.

Se podría también decir: **amor.** Está bien en mi pensamiento, pero corre el riesgo de ser interpretado en un sentido demasiado sentimental. Se trata de un amor que se expresa en actitudes y situaciones.

O aún, **fraternidad,** lo que evoca un buen ejemplo.

Para comenzar a precisar, **colaboración confiada, basada en la confianza,** me parece ser la mejor manera de caracterizar a este tipo de relaciones humanas. Este estilo de vida puede ser un producto del amor, o a la inversa, constituir el clima que permita al amor expandirse. Es lo contrario del miedo, de la mentira, de las injusticias, de los conflictos, del individualismo egoísta.

Es el mejor tipo de relación humana que se pueda concebir; es el clima más regocijante para las personas, el más agradable para vivir. Es al mismo tiempo el más favorable para la eficacia técnica y hasta económica de los grupos.

Pues cuando la desconfianza reina, se puede decir, como Sartre: "el infierno son los otros". Ello obliga a múltiples precauciones incómodas y penosas que absorben mucho tiempo y energía psicológica, dificultan la acción y la tornan timorata. La confianza mutua es necesaria a la calidad de la vida y para crear un ambiente donde se desea trabajar para eficiencia de una empresa.

La mira hacia una colaboración confiada no excluye la lucha. Pero exige, en caso de desacuerdo, la investigación en común de la solución más justa o de la síntesis que resuelva una tensión por un progreso. Puede ser una emulación leal y fecunda y la agresividad natural del hombre puede apartarse de sus adversarios y concentrarse sobre los obstáculos para la fraternidad.

(2) *Revista de la Cooperación Internacional*, N° 4 - 1973.

Esta afirmación moral, basó formas muy diversas. Es universalmente reconocida, de todos los tiempos y cálida para todos los ámbitos de la vida. Responde, además, a aspiraciones humanas muy generales. Y esta finalidad suprema es digna y capaz de conseguir la unanimidad por encima de las divergencias espirituales e ideológicas. Merece que se haga de ella un absoluto ⁽³⁾.

Es una aspiración que ha jugado un rol en el advenimiento de las ideas democráticas: libertad, fraternidad, igualdad. El primero y tercer términos habrían debido ser medios de arribar al segundo en el ámbito de la vida política.

A su turno, para responder a los problemas creados por la revolución industrial, el movimiento cooperativo debe reconocer, como su fin supremo, la instauración, en la vida económica que es su campo, de relaciones de colaboración confiada. Relaciones socialistas, como dicen los yugoslavos, en lugar de aquellas deplorables que reinan en la jungla capitalista. La cooperación debe ser conscientemente, abiertamente, un cooperativismo de fundamento ético.

Y si el Movimiento Cooperativo fracasara o se derrumbara, sería necesario continuar por otros medios, militar y luchar por el mismo fin. Pues no es sólo en esta vía: otras formas de acción, otros movimientos u organizaciones tienen, más o menos claramente, una finalidad análoga y un cierto parentesco con la cooperación, empleando otros métodos o actuando en otros ámbitos.

Pero no nos demoremos en este nivel, que sería oscuro si uno se contentara con él. Las ideas más sublimes no valen nada si no se las engrana en la realidad.

Si ahora descendemos en dirección de ésta, vemos que una colaboración confiada implica, para ser introducida en la vida económica, elementos fundamentales de la moral cooperativa. Ella es el coronamiento que le da toda su dignidad; ellos son los pilares de tal estilo de vida ⁽⁴⁾.

Es claro y bien conocido, en efecto, que la acción dirigida en común y notablemente, el trabajo, es lo que une más fuertemente a los hombres. Esto implica muchas condiciones: un objetivo común al cual todos pueden adherirse, es el aspecto **convergencia** de la solidaridad, uno para todos; también la desaparición del sentimiento de frustración, así pues, la justicia y hasta la valoración de la dignidad de cada uno por la responsabilidad.

La confianza exige la honestidad, virtud banal pero indispensable; la conciencia para el trabajo; la seguridad que se logra por el aspecto **distributivo** de la solidaridad: todos para uno.

(3) a este nivel, la unanimidad puede hacerse entre todas las formas de cooperación. Los procedimientos de relaciones entre cooperadores y cooperativistas, o entre las personas, son los mismos y pueden ser ocasión de investigación y de acción comunes, cuando la oposición entre cooperativas de productores que quieran vender caro y cooperativas de consumidores que quieran comprar barato limita las posibilidades de intercooperación bajo formas de suministros.

(4) Estos elementos han sido expuestos en el art. Precedente (Nº 186 - 4º trimestre 1976) de esta revista. Se los presenta de modo poco variable, dándole una coloración personal o profesional o nacional. Es así que M. Lamming, que fuera director de la Sección Cooperación en la Oficina Internacional del Trabajo, los enumera así: unidad, libertad, economía, equidad, igualdad, justicia, responsabilidad personal, solidaridad, ayuda mutua. Y un profesor hindú: "felicidad, civismo, armonía, perennidad, integridad, lealtad".

Manifestar nuestra moral.

Estas aspiraciones morales que nosotros queremos lograr en los hechos, es preciso manifestarlas de una forma explícita, como lo había hecho en 1835, en su denominación misma, el **Comercio verídico y social** de Lyon, primera tentativa francesa de cooperativa. Es preciso "poner en el preámbulo de nuestros estatutos y en el frente de nuestros locales los principios que deben guiar nuestra acción y definir nuestro compromiso", como lo ha propuesto G. Dupont, en un artículo destacado, titulado "Redes cubrir el alma de la Cooperación" ⁽⁵⁾.

Primero, entre nosotros, responsables o militantes, es necesario poder hablar de ello muy libremente, abiertamente, sobrepasando un pudor bien comprensible y la duda de afrontar un cierto escepticismo defensivo, irónico, burlón y por momentos denigrante, bien francés.

La aplicación de la moral cooperativa es muy difícil y, sin subestimar la responsabilidad de cada uno, necesita una acción concertada. Porque ella debe quedar presente en el espíritu de los cooperadores y ser un punto de referencia en sus decisiones; un "llamado a los fines" es necesario de tiempo en tiempo, sobre todo cuando se corre el riesgo de actuar en contradicción con nuestras finalidades éticas. El silencio sobre estos temas no da nada bueno.

Es bueno que las afirmaciones de nuestra moral sean explícitas en un texto puesto entre las manos de todos nuestros miembros para que comprendan la finalidad superior, la naturaleza, la orientación de la acción de su sociedad.

Por ejemplo, una carta de finalidades como algunos lo pregonan, incluso el sector capitalista ⁽⁶⁾. Pero sin hacerse ilusiones sobre el alcance práctico de un texto tal, por sí solo.

Hacia el exterior, hacer comprender las finalidades humanas y morales de la cooperación puede atraer, respondiendo a sus aspiraciones, muchos hombres de buena voluntad y especialmente jóvenes con necesidad de absoluto.

Mas proclamar nuestra moral comporta serios peligros.

Peligros de forma, en primer lugar. Malos entendidos: para muchos "moral" evoca un pretexto para criticar a los otros, menospreciados y declararse superior, o bien un catálogo triste y estrecho de los actos reprobables. La moral aceptable es aquella que exige mucho de sí mismo.

Peligro es un lenguaje desusado. Las grandes palabras abstractas que nosotros utilizamos para expresar las finalidades cooperativas han sido muy empleadas y manoseadas;

hoy muchos desconfían de ellas ⁽⁷⁾. Los jóvenes, especialmente. Pero no son hostiles en el fondo a lo que estos términos quieren expresar. Al contrario, debemos reconocer en la base de su rebelión, de su náusea de la actual civilización, en sus aspiraciones a lo absoluto y su revolucionismo tal como ellos lo han manifestado en mayo de 1968, en su deseo de vida en comu-

(5) "La Cooperación de Producción", noviembre de 1975.

(6) Existe por ejemplo un Código Internacional de Prácticas leales en materia de publicidad. Es excelente, pero notoriamente poco respetado por las empresas capitalistas.

nidad, la forma actual de las aspiraciones muy cercanas a aquellas que han animado desde sus comienzos al Movimiento Cooperativo. Algunos jóvenes lo comprenden y vienen o vendrán a la cooperación, puede ser, bajo formas nuevas como se lo ve en Canadá. Puede ser con un lenguaje nuevo al cual nosotros seremos quienes deberemos adaptarnos.

El peligro es el de la abstracción del lenguaje, que es bien cómoda en la teoría, pero que se aplica mal. Sumergirse sin límite en la realidad, tampoco puede ser tolerado en nuestros días. Pero la puesta en práctica real de los valores morales de la cooperación tendrá siempre una frescura persuasiva. Es por la experiencia de lo vivido, -casos, ejemplos, actos, situaciones- que se manifiesta verdaderamente el estilo de las relaciones humanas que queremos instaurar.

Pero el verdadero peligro, el principal, es una cuestión de fondo y no de forma.

Debe haber, en materia de moral cooperativa, un lazo estrecho entre las palabras y la realidad. Sería desastroso que se pudiera constatar entre nuestras bellas declaraciones y nuestra práctica, contradicciones que provocaran al mismo tipo de reflexiones que la inscripción: "Libertad, Igualdad, Fraternidad" sobre la puerta de nuestras prisiones. Nada haría alejarse más rápido a los jóvenes y a muchos otros. Evitemos el contraste entre declaraciones generosas y práctica cotidiana que presentan ciertas empresas capitalistas.

La referencia a los principios no puede de ningún modo reemplazar su puesta en aplicación en la vida real. Puede servir para criticar la ausencia o insuficiencia de esta aplicación. Puede preparar para ésta.

Una declaración de intención de orden moral puede ser útil como advertencia y llamado para la acción, a condición de no dar la impresión de un autorretrato, pero más, presentándose como fijando objetivos asintéticos. Pero ella pierde su valor si las realizaciones se demoran. El Movimiento Cooperativo no debe olvidar sus finalidades de orden ético, pero Henri Desroche tiene razón cuando se congratula de que se haya alejado de una moral de intenciones en provecho de una moral de resultados. "El proyecto cooperativo, escribe, se mueve... no en lo deseable a predicar, sino en lo posible a programar..., en lo realizable a ejecutar" ⁽⁸⁾.

Compromisos públicos precisos, como los que Migros ha tomado muchas veces, o como los que Darty y Carrefour han esquematizado, pueden tener un gran alcance a condición que se esté seguro de poder mantenerlos.

Es la ocasión de las realizaciones, de la aplicación práctica de la moral cooperativa. Las bellas palabras son útiles cuando acompañan decisiones y actos, mostrando su causa y significado profundos. Si se unen los valores morales y su realización efectiva aunque limitada, ellas se fortifican mutuamente.

(7) *"La cooperación está basada según principios de igualdad, de solidaridad, de disciplina... los dirigentes agrícolas no quieren recordarlas... temiendo emplear fórmulas desusadas, demagógicas o por lo menos idealistas"* (artículo firmado P/P., en *"Cooperación Agrícola"* de mayo de 1976 bajo el título *"Crisis de la fe cooperativa"*).

(8) *Henri Desroche: El proyecto cooperativo - Su utopía y su práctica - Sus instrumentos y sus redes - Sus esperanzas y sus desengaños. París Ed. Ouvrières, 1976, pág. 381.*

Afirmando y explicitando la moral cooperativa, es preciso evitar la tentación pasatis-ta de limitarse a referirse a la era heroica de nuestras cooperativas y a los textos que han expresado las aspiraciones y el pensamiento de los pioneros. Todo debe ser repensado y reexpresado en función de los problemas de hoy.

La torpeza inversa, el futurismo, no es tampoco mejor. Prometer que la paz y la armonía reinarán en una futura economía que habrá sido cooperativizada, no interesa para nada a nuestros contemporáneos, que no tienen la necesidad de la utopía consoladora que experimentaba un proletariado atormentado por la miseria y la opresión. Los hombres de hoy precisan realizaciones y perspectivas realistas a corto plazo.

La conclusión que se deduce de todo lo que precede está ya en el espíritu del lector, pues ella es evidente: los casos, los ejemplos, lo vivido, que son indispensables para manifestar las finalidades morales de la cooperación; corresponde a las cooperativas crearlas, vivirlas, ser una demostración visible de las mismas.

El descenso hacia la vida real.

Luego de ubicar estas grandes aspiraciones morales sobre un pedestal de honor, hagámoslas descender a la realidad en la vida. Ellas están hechas para esto y no tiene otra razón de ser. Este descenso no significa una degradación, sino una efectivización, que las honra mucho más. El principio de la teoría y de la práctica es tan imperativo que si no se lo aplica, las más bellas ideas y las más generosas declaraciones no tardan en ser desconsideradas.

Pero hacerlo verdaderamente es muy difícil y presenta una enormidad de problemas.

Los fundadores de la doctrina cooperativa se han limitado muy a menudo a afirmar los grandes principios, en términos muy generales. Porque era necesario blandirlos para contrarrestar el sistema existente que les pisó los pies. Pero también, porque hablar de al práctica, es encontrarse en presencia de una infinita variedad de casos particulares, que apelan a respuestas o soluciones no menos diversas y particulares. Pero hoy, el pensamiento cooperativo debe mirar este problema desde más cerca y buscar cómo tornar operativas sus aspiraciones morales.

Reglas de Rochdale y moral cooperativa.

Las reglas fundamentales de Rochdale son la aplicación más importante de la moral social cooperativa. La encarnan en los actos más decisivos de una empresa, especialmente la admisión de los miembros, la toma de las principales decisiones y la utilización de los beneficios. Ellas se imponen, porque en la economía capitalista el acaparamiento del provecho y del poder económico por los propietarios del capital, creando la frustración y envidia en unos, el miedo de perder sus privilegios en otros, ponen obstáculo a la colaboración plenamente confiada cuya instauración es nuestro objetivo supremo. Ellas realizan en el seno del sector cooperativo la abolición de estos privilegios. Las aspiraciones morales se combinan en estas reglas con todo lo que implica el hecho de que la cooperativa está al servicio de los intereses de sus miembros, que son los dueños de ella no en razón de su aporte en capitales, sino por ser usuarios.

Se encuentra el "uno para todos" en la formación del capital social así como en la responsabilidad, el "todos para uno" en la regla de la puerta abierta y en las afectaciones

sociales de los beneficios, la justicia conmutativa y la distributiva en el retorno. La dignidad igual de las personas en el voto democrático, el adelanto del interés personal en la devolución desinteresada en caso de disolución ⁽⁹⁾.

Es importante notar aquí que las cooperativas estimulan unas más otras un poco menos, la aplicación de los valores morales cooperativos en sus estatutos, reglamentos y políticas generales.

Hay cooperativas que se podrían llamar "minimalistas": observan las reglas de Rochdale, lo imprescindible, para no convertirse en falsas cooperativas.

Otras, al contrario, van más lejos que estas reglas. En la dirección de la solidaridad: por la importancia de las puestas en común, por ejemplo, compromisos de aportar a la cooperación la totalidad de su producción, fuerte proporción de los beneficios afectados a los servicios sociales y, más aún, propiedad integralmente colectiva del capital. En la dirección de la justicia distributiva por suscripción de aportes, proporcionada a los medios de cada uno, por el reparto en función de las necesidades de los servicios sociales. En la dirección de la democracia, por la regla de la unanimidad de votos.

Demos como ejemplos de esta tendencia tan estimulada los G.A.E.C. y la célebre cooperativa comunitaria Boimondau.

Yendo aún más lejos, encontramos las comunidades propiamente dichas, con propiedad colectiva aplicada a veces inclusive a los bienes de uso individual, con viviendas agrupadas y comidas en común, de las cuales los KIBUTZ son el principal ejemplo.

Se sabe que el ideal comunitario era muy expandido en la época en que las cooperativas aparecieron: los pioneros de Rochdale se adherían a él y la apertura de un negocio era en su espíritu una primera etapa en este sentido. Su éxito y la difusión mundial de sus reglas han sido el residuo viable de estas aspiraciones comunitarias.

Aspiraciones análogas aparecen en nuestra época, notablemente, en nuestra juventud en rebelión contra la injusticia, el materialismo y, finalmente, la estupidez de nuestra civilización tal como se revela económicamente en la anarquía y el desorden financiero mundial.

¿Esta aspiración tendrá la "fecundidad inesperada" que Henri Desroche ve con convicción en las utopías?

Es demasiado temprano para responder.

Lo que es cierto, es que cuanto más lejos se va en la dirección comunitaria, más exige el éxito, personas con cualidades elevadas, lealtad, trabajo, altruismo; de alto nivel moral y motivaciones superiores -convicciones, ideologías- poderosas, de preferencia homogéneas. El espíritu comunitario es un superlativo del espíritu cooperativo. De allí el gran cuidado que comunidades y cooperativas comunitarias, prestan a la formación de personas.

Pero volvamos a las reglas de Rochdale.

(9) *Las relaciones entre las reglas de Rochdale y la moral cooperativa han sido estudiadas de una manera más profundizada en mi artículo "Significación económica y moral de las reglas de Rochdale" aparecido en la Revista de Estudios Coeprativos N° 142, 4° Trimestre 1965.*

Se sabe la inmensa importancia que el Movimiento Cooperativo les ha dado. Ellas son los signos distintivos y los criterios de la autenticidad de una cooperativa, la expresión jurídica de la moral cooperativa, que se puede percibir a partir de la comparación con el capitalismo. Pero el Movimiento Cooperativo ha tenido tendencia -todos los grupos lo hacen- a absolutizarlas, diría, casi a fetichizarlas.

Esta fetichización ha consistido, no en dar a estas reglas un rigor irracional y paralizante, pero sí en fomentar sobre su base una conciencia fácil, una autosatisfacción.

Se ha creído que era suficiente aplicarlas para convertirse en una auténtica cooperativa, capaz de triunfar.

Mas una buena observación de estas reglas no es suficiente.

Porque éstas tienen también un aspecto negativo, están hechas para hacer jurídicamente imposible una desviación de las cooperativas, en sentido capitalista; excluyen ciertos actos que no hay que cometer, pero no todo lo que puede ser contrario al funcionamiento o a la finalidad o a la fidelidad a la moral cooperativa; no dicen todo lo que es necesario hacer.

Tampoco son cotidianas: el voto igual, el retorno, no se producen más que una vez por año, y la devolución desinteresada, por decir así, jamás, pues su rol es la disuasión.

No es a nivel de estas reglas que debe polarizarse nuestra necesidad de precisar la causa a la cual nos entregamos, nuestra necesidad de un absoluto, sino a nivel de la ética, de la que la moral cooperativa es una de sus formas históricas.

Mas, la relativización de estas reglas rochdaleanas, no disminuye en nada la necesidad de observarlas fiel y rigurosamente. Esto hace surgir el siguiente interrogante: ¿cómo debe ser la vida cotidiana de una cooperativa para conformarse a las exigencias de la moral cooperativa?

Es evidentemente imposible contemplar la inmensa variedad de problemas morales que pueden presentarse en una cooperativa; sólo nos limitaremos a indicar algunas líneas importantes de acción y de progreso.

Vida cotidiana y moral cooperativa.

Tenemos numerosos testimonios de un clima de relaciones humanas en la cooperativas, mucho mejor que antaño. He aquí uno: "El personal del Movimiento Cooperativo., empleado antes en empresas capitalistas, -leemos en un informe- han sido unánimes al decirnos que la atmósfera de trabajo es en las cooperativas, más agradable; en suma que estas empresas tenían un profundo respeto por la persona. Puedo agregar que los estudiantes que han hecho encuestas en las cooperativas y en otras empresas, han quedado impresionados por esta diferencia.

Algunas personas se sienten más atraídas hacia la cooperación por las buenas relaciones humanas que en ella imperan, que por el alcance de una generalizada fraternidad en un futuro, lejano. Y es la constatación de esas relaciones humanas, lo que torna creíble esta experiencia.

Aunque no siempre es así, ha habido y hay organismos cooperativos donde la relaciones interpersonales son malas. Como aquí no se puede responsabilizar a la soberanía del capital

y del provecho y, rara vez, a la opresión y a la explotación de los trabajadores, la causa debe buscarse sea en estructuras internas defectuosas, sea en decisiones o políticas desventuradas, sea en el comportamiento de personas concernientes a los mismos.

En lo que respecta a las estructuras, el problema de las buenas relaciones humanas, el de una democracia real, en el de la difusión de responsabilidades, e incluso el de las motivaciones para el trabajo son tanto más difíciles cuanto mayor sean las dimensiones de la empresa.

El creciente número de cooperativas de grandes dimensiones torna particularmente necesario encontrar estructuras internas bien adaptadas. A menudo la descentralización se impone. Es bueno encararla desde la base: secciones locales, así como equipos autónomos de trabajo, verdaderas cooperativas minúsculas, son por ejemplo la solución siempre dentro de la línea del espíritu cooperativo.

Una información recíproca, leal, suficiente y organizada eficazmente, es indispensable por la eficacia y para el buen entendimiento.

En nuestra época, en que las concepciones tradicionales sobre autoridad están siendo cuestionadas, la jerarquía vertical únicamente descendente y el simple reparto de órdenes debieran desaparecer de la empresa. La dirección con participación y según los objetivos, incentivo de la democracia en el trabajo, parece ser la mejor solución.

Más allá de las relaciones que define el organigrama no se deben dejar de lado las que constituyen la vida informal de la empresa, muy importante esto último ya que ella puede tanto suavizar todo lo que no ha sido muy al tanto que dirigido y he estático, tú como también entorpecer su buen funcionamiento cuando ella se opone a la autoridad. Aquí, por cierto, la moral cooperativa debe estar presente, lo que constituye en gran medida una cuestión de conductas o comportamiento personales, sobre la que volveremos.

La moral cooperativa debe también aplicarse a las relaciones de nuestras empresas con lo externo: con el sindicato del personal, con las otras empresas, con la clientela, con los poderes públicos. El sector cooperativo traicionaría su misión y debilitaría su imagen, si actuara con respecto a los otros, ya sea explotándolos y oprimiéndolos, como justamente del modo que él mismo quiere eliminar de su seno, o bien si rechazara asociarse a otros esfuerzos que persiguen en el fondo lo que él mismo pregona.

La honestidad cooperativa.

La honestidad no figuraba en nuestro análisis de la moral cooperativa pues no constituye un elemento específico de la misma; ella es común, en el sentido que todas las morales la pregonan. Pero no es menos indispensable, pues, sin ella, las más altas aspiraciones y los actos más generosos quedan profundamente viciados.

La confianza mutua, aspecto esencial de las relaciones humanas a instaurar, implica una honestidad rigurosa. Se crea lentamente a fuerza de lealtad. Pero un solo acto deshonesto, una sola mentira, pueden quebrarla por largo tiempo.

La honestidad en negocios con los clientes puede ser un factor de éxito. Permite conquistar la confianza de la clientela y por lo tanto, una reputación que se puede considerar como un capital psicológico.

Las cooperativas Migros son un ejemplo particularmente destacable de éxito, por la lealtad y por una política sistemáticamente favorable a los verdaderos intereses de los consumidores. La estima de prácticamente todas las armas de casa suizas, es un hecho instructivo. Inclusive el moralismo consistente en no vender ni tabaco, ni alcohol, ni vino, parece haber gustado al público suizo ⁽¹⁰⁾.

Igualmente, la mayor parte de los triunfos de las cooperativas obreras de producción se deben a la calidad de su trabajo, a la conciencia profesional de los cooperadores y al clima humano ligado a la emancipación de los trabajadores que ellas obtienen. "La rústica, la genuina honestidad cooperativa" (Marcel Brot) es un imperativo cotidiano y elemental, lo que no significa fácil.

Muchos miembros de cooperativas se han adherido a ellas porque se han sentido lesionados por la falta de honestidad de otras empresas. Es importante no decepcionarlos al respecto. Aquí también es preciso pensar en los jóvenes y en su necesidad de lo absoluto.

La honestidad se impone en todas las relaciones económicas de una cooperativa, inclusive hacia el físico (porque si, como tantos franceses, se piensa que robar al Estado, no es robar, se corre el riesgo de pensar también que robar a una cooperativa no es robar). Hacia sus miembros que figuran en una o en otra de las tres primeras categorías, ella debe tomarse atentamente en consideración, puesto que funciona para ellos. Las cooperativas deben manifestar la veracidad de la contabilidad. Y también la transparencia de una "casa de vidrio", que ellas se regocijan, a menudo, de ser y que ellas son en efecto mucho más que las empresas privadas, en las que la opacidad tiene tan graves consecuencias en muchos aspectos. El trato de los dirigentes, las ventajas particulares acordadas eventualmente a ciertos miembros, no deben ser clandestinas.

Y sin embargo, la puesta en práctica de una honestidad radical es, a menudo difícil. El problema se presenta, notablemente en las cooperativas de consumidores. "Los agentes comerciales de nuestras sociedades, escribía el presidente Marcel Brot en octubre de 1996, se encuentran ante un verdadero caso de conciencia. No han entrado a la cooperativa para hacer cualquier comercio y las reglas de la honestidad de nuestros métodos les son a menudo recordadas".

Estas cooperativas se ven enfrentadas a concurrentes temibles, que acuden para aumentar sus ventas y provechos a millares de astucias grandes o pequeñas, renovadas sin cesar, en cuya invención se malgastan esfuerzos de la inteligencia e ingenio que podrían emplearse de muchas otras formas más útiles.

A tal punto que G. Gausset ha llegado a escribir un libro de ciento ochenta páginas titulado: "Un canasto de mentiras", con hechos y ejemplos precisos.

Las cooperativas francesas de consumidores, por la acción científica de su laboratorio de análisis, por la acción jurídica de su Federación Nacional, por la "política de consumidores" que ellas se esfuerzan por seguir en cierto número de decisiones, especialmen-

(10) La ética que ha animado al fundador de la Migros, y que subsiste aún no identifica exactamente con la de las cooperativas. Se preocupa más con respecto a la moral individual que a la moral social. Persigue la justicia conmutativa más que la distributiva. Sus miembros no tienen un verdadero sentimiento de asociación. No hay afirmación anticapitalista. De allí, su éxito en los medios burgueses, clases medias, obreros con alta remuneración, protestantes individualistas.

te realizando la primera, la publicidad informativa, juegan un rol importante en el esfuerzo de moralizar al comercio. Pero ellas se ven obligadas a poner en venta al lado de los productos de sus fábricas, los artículos provenientes de proveedores capitalistas, no siempre irreprochables.

Por otra parte, los consumidores están tan condicionados por la publicidad y las astucias comerciales que a menudo prefieren o reclaman ellos mismos, por ejemplo, premios u otros pseudos regalos o pseudos concursos, etc. Y hasta una época muy reciente, los atractivos colores de los productos alimenticios artificialmente coloreados.

Es así que hay medidas de lealtad, que no osan adoptar, por miedo a ver, ya sea, flaquear sus ventas, o aumentar sus costos.

Más claramente, el problema que se presenta a las cooperativas en nuestra época, en que es un imperativo asimilar las técnicas modernas del acierto, distinguir en el marketing lo que ellas pueden aceptar (por ejemplo el estudio de las necesidades) y lo que en cambio, es contrario a la finalidad cooperativa: la segmentación, la dominación del mercado, las pseudo-innovaciones, las presiones psicológicas para estimular la erogación especialmente a través de la publicidad, acudiendo a motivaciones de compra de baja calidad humana, o cuando se trata de bienes que no responden a los "verdaderos" intereses de los consumidores.

Es pues, sólo "hasta cierto punto" que una cooperativa puede tener éxito comercialmente aplicando una honestidad comercial seria, gracias a dicha honestidad.

La honestidad de los productores es más rentable cuando se vende a empresas que son capaces de juzgar bien la relación precio-calidad que cuando se vende al consumidor final.

Los inconvenientes de la honestidad se manifiestan en corto tiempo, mientras que la ventajas de una buena reputación no aparecen sino a la larga.

Si la empresa que quiere jugar la carta de la honestidad dispone de una superioridad técnica así como de precio, el franqueo del período en que esta política es peligrosa se facilita enormemente. Fue el caso de las cooperativas, gracias a la centralización de las compras, cuando se fusionaron en sociedades regionales sucursalistas. O el de la Migros con la iniciativa del descuento por camiones-negocios.

Se puede también mencionar los compromisos precisos publicados por la Migros en sus comienzos en 1925 y su confirmación en 1950 que impresionaron fuertemente al público.

¿Es necesario explicar, proclamar esta política de honestidad de las cooperativas? La respuesta afirmativa es mucho más firme que en lo que concierne a la calidad de las relaciones humanas. Pues el concepto de honestidad es mucho más nítido: es sí o es no.

Una importante asociación, de hombres de negocios, americana, el **Better Business Bureau** exige de sus miembros la observación de un "Código de lealtad profesional", en diez mandamientos, a saber:

- "No vender más que buenos productos.
- No engañar al cliente sobre la mercadería.

- Describir los artículos en términos muy claros y comprensibles para el profano.
- Decir a los compradores lo que ellos quieren saber, lo que tienen derecho a saber, lo que tienen necesidad de saber sobre los productos que se les ofrecen, de modo tal que obtengan el máximo provecho de sus compras.
- Estar seguros que el uso normal de los productos vendidos no presentará ningún peligro.
- Revelar al público todo hecho material cuya ignorancia acarrearía de su parte un error de juicio en el momento de la compra.
- Centrar la publicidad sobre los méritos del artículo de servicio ofrecido al público, absteniéndose de denigrar demás negocios.
- No invocar con el apoyo de la publicidad, más que opiniones de gente competente y sincera;
- Evitar todas las estadísticas o informaciones astutas, tales como, créditos abusivos, listas de precios ficticios, comparaciones inexactas con los precios de artículos similares vendidos en el mercado, pretendidos pagos, ofertas falsamente gratuitas, procedimientos y prácticas que permitan especular con la credulidad e ignorancia del público".

Tal conjunto de compromisos sería completamente digno de ser aceptado por las cooperativas.

Dignidad del hombre

El respeto de la persona humana es evidente en toda cooperativa que funcione correctamente en lo que se refiere a sus relaciones con los asociados. Éstos no son instrumentos que se utilicen para aumentar las ganancias como ocurre en las empresas con fines de lucro. El esfuerzo para satisfacer sus necesidades, a menudo complejas, y las consideraciones para con su persona son visibles y se deducen del poder supremo que les da la democracia cooperativa. Se constata también, la gran confianza que ellos confieren a su empresa.

Pero se podría ir más lejos mencionando a cooperativas que dan ejemplo en este sentido.

Primero en relación a los contratantes no asociados. Respeto y consideración hacia los trabajadores de parte de las cooperativas de consumidores; el comportamiento de las cooperativas francesas es ejemplo de esto. Simétricamente, hacia la clientela de parte de las cooperativas de productores, es lo que se puede constatar.

Y luego, más allá del respeto y servicios a proporcionar a las personas, las cooperativas han comprendido y repetido el deber y la necesidad de parte de ellas de apoyarlas y ayudarlas en un esfuerzo de progreso personal, de promoción, de expansión, de realización humana. Es el rol de la educación cooperativa. En este sentido, si bien numerosas cooperativas han hecho mucho y a veces con buenos resultados, es necesario hacer mucho más y mejor aún. Volveremos sobre el tema cuando hablemos de la formación del hombre cooperativo.

No hay duda que el respeto hacia las personas, así como la educación cooperativa son, por muchas razones, favorables a la buena marcha, incluso comercial, industrial y financiera, de las empresas cooperativas. La mayoría de los pensadores y observadores del movimiento cooperativo, así como los dirigentes con más experiencia, ven la llave del éxito, en la educación cooperativa.

Y sin embargo, toda esta humanización de la economía, por ejemplo, la vasta elección, las comodidades procuradas a los consumidores, el mejoramiento de las condiciones de trabajo, el esfuerzo de información y de formación, los mecanismos de la demo-

cracia padecen de un serio inconveniente que no es otro que su costo. Puede ser peligroso introducirse demasiado en esta vía, como lo demuestra el ejemplo de la comunidad Boimondau, cuya acción de promoción humana demasiado absorbente, determinó un olvido de la productividad, tornándola insuficiente.

La solidaridad

La solidaridad, sobre todo por su aspecto de "todos para uno", es factor de solidez: la etimología nos lo recuerda. Ella importa más que una simple unión de fuerzas: como acción colectiva, permite la complementación en la división del trabajo y la buena coordinación de las contribuciones, a condición de que los miembros tengan conciencia de estas necesidades y voluntad de contribuir al éxito.

Puede, así, responder a la necesidad de seguridad, mejorar el nivel de vida y conducir, por su puesta en práctica a una promoción cualitativa de los hombres.

El sentido de solidaridad nació espontáneamente frente al peligro común; de ahí su fuerza entre los mineros y los marinos. Nace fácilmente entre personas de la misma profesión, del mismo medio social, de iguales opiniones. Es tanto más vigoroso cuando más pequeño es el grupo.

En el seno de las cooperativas, es en esos pequeños organismos en donde la solidaridad es sentida en forma más poderosa: CUMA, cooperativas de crédito, pequeñas cooperativas de producción donde no solamente se apoya uno al otro en el trabajo sino que también la totalidad de la renta de cada uno se encuentra en juego.

En los cuadros de estas pequeñas unidades y especialmente en el trabajo común cotidiano, la solidaridad toma muy, a menudo, la forma de la camaradería, que Pierre Autry define como un "impulso caluroso que se emparenta con sentimientos afectivos del mismo orden que la amistad, como "un instinto profundo que reúne hombres para los buenos y malos días".

Es una relación inter-individual que une a personas determinadas. Es el espíritu de equipo, forma más perfecta de la solidaridad, aparece cuando las personas son bien conscientes de constituir un grupo.

Pierre Autry la define como "la unión de todas las fuerzas y de todos los pensamientos hacia un objetivo común, que se persigue con una poderosa voluntad de éxito y una estrecha convergencia de esfuerzos. En la base, la autonomía de los equipos es el marco más favorable para su expansión. En la cima (dirección, consejo de administración, cuadros superiores), supone colocar delante de los intereses personales y de las funciones particulares, una toma de responsabilidad del éxito global de la empresa, lo que conduce a una participación consciente en la preparación de las decisiones.

La solidaridad es más difícil de lograr en las cooperativas multitudinarias, agrícolas o de consumidores, donde no se puede conocer más que a una pequeña parte de sus co-asociados; el alzo allí es abstracto. Es bueno estructurar en su seno pequeños grupos, equipos de trabajo, por ejemplo, o secciones locales apoyándose sobre las relaciones de vecindad.

Sería útil estudiar y definir, cuál es, para cada forma de cooperativa, el mejor tipo de relaciones, de solidaridad, entre las diversas categorías: asociados, militantes, dirigentes, personal, proveedores, consumidores, prestamistas, prestatarios, etc.

El "todo para uno" consiste, primero en los servicios brindados a cada uno por el funcionamiento mismo de la corporativa. Pero en muchas sociedades es por otra parte desarrollado por las instituciones sociales, financiadas por una parte de los beneficios, que lo obtienen, por ejemplo antes, bajo la firma de caja de enfermedad, hoy, en acciones a favor de la infancia, de los soldados, de los asociados de mucha edad o en la ayuda a las jóvenes parejas.

Pero la solidaridad es indispensable también entre los diferentes engranajes cooperativos.

Evidentemente, entre establecimientos. Las cooperativas de consumidores han practicado entre almacenes una solidaridad por compensación de los beneficios de los más rentables, con las pérdidas de aquellos, que jugando un rol local muy útil, no podían mantener su equilibrio.

Solidaridad, también entre sociedades cooperativas, por lo menos del mismo tipo, no solamente por realizaciones comunes, sino también para sostener y a veces salvar a los que están en dificultades graves. Esta solidaridad cumple un rol importante y, la destrucción de cooperativas de consumidores neerlandesas, debida en gran parte, a su incapacidad para unirse con bastante rapidez y eficacia, demuestra su necesidad.

Entre cooperativas de tipo diferente la solidaridad es mucho más difícil de establecer, pues los intereses son a menudo divergentes. Es sobre todo frente a frente con las fuerzas exteriores, especialmente los poderes públicos, que pueden intervenir.

En cambio, sobre el plano internacional, ha jugado, a menudo, un papel de importancia, en gran medida por medio de la Alianza Cooperativa Internacional, especialmente por la reconstrucción del edificio cooperativo en países donde había sido destruido por un régimen totalitario o devastado por una guerra o, aun, bajo la forma de apoyo al lanzamiento de la cooperación en los países del Tercer Mundo o, bajo la de socorros en caso de calamidades naturales.

En el marco de las grandes cooperativas y, más aún en el ámbito nacional, el sentido de la solidaridad no tienen el poder espontáneo del espíritu de equipo, es más abstracta, más desinteresada también porque no está necesariamente fortificada por la confianza en el "todos para uno". La mayor parte es el fruto de una convicción, la conciencia razonada de un deber, de una responsabilidad, por ejemplo hacia el Tercer Mundo.

La solidaridad es evidentemente una fuerza muy grande para el movimiento cooperativo; ella le da una superioridad con relación a sus rivales. Sin embargo, puede ocurrir, que mal concebida presente inconvenientes. La debilidad por sentimentalismo frente a las faltas o a los abusos es lo contrario a la verdadera solidaridad. Más valdría, como lo recordaba el presidente Burette ⁽¹¹⁾ aceptar la impopularidad por la firmeza a favor del interés colectivo y de la moral cooperativa. Antoine Antoni tenía seguramente en vista ejemplos cuando denunciaba el "temor de humillar a los buenos camaradas", el manteniendo de un "camarada que debe su cargo al hábito y a la simpatía más que a su capacidad de ocuparlo", "el deseo de prolongar el tiempo feliz en el que se formaba parte de un grupo de compañeros".

(11) *Discurso de apertura del Congreso de Consumidores en 1973.*

Hay aquí un fenómeno general. Todo grupo humano, aun practicando en su seno una generosa solidaridad, tiene tendencia a un egoísmo colectivo. Es pues necesario, que bajo la influencia de sus miembros, los más clarividentes, no tarde en mirar más allá de sus límites y a tomar conciencia de un adelanto necesario: una solidaridad extendida en el marco de un grupo más vasto cuyos intereses deben primar. O bien a tomar la iniciativa de crearla y, esto hasta el universalismo ⁽¹²⁾.

Justicia Conmutativa.

La necesidad de justicia es poderosa, pero la noción de justicia es compleja. Se la ha formulado a veces, en el movimiento cooperativo, en forma elemental: "evitar que se gane a expensas de los demás".

La justicia conmutativa, que se aplica a las transacciones comerciales, busca la igualdad de prestaciones en cuanto al valor. Aun cuando ya, la sola noción de valor es muy difícil de concebir.

Es la política de los precios de las cooperativas, y su política de salarios, que presenta, parece ser, el problema de la justicia conmutativa. Contrariamente a lo que se podría pensar, esta forma de justicia es de las dos la que ofrece más dificultades.

No es el caso de un intercambio, de un trueque individual o particular, donde en general es posible regirse por los precios y tasas aplicadas corrientemente en el mercado. Aunque sí nos preguntamos si estos precios y tasas del mercado son justos, ¿cómo podríamos juzgar si lo son?

Una primera noción es que el comprador debe pagar todo el costo de lo que compra, pero únicamente ese costo.

En el marco de esta noción, las concepciones medievales, aún bastante admitidas corrientemente, consideraban justo precio al que permite procurar a los trabajadores un justo salario. Pero se llamaba justo salario al que les permitía un nivel de vida, suficientemente bueno. El justo precio definido en función del justo salario y éste en función del nivel de precios, supone un círculo vicioso y equívoco. Las dos nociones son arbitrarias. ¿Si en cada profesión se obtiene el salario que se estima digno de ella, el nivel de precios permitiría a toda la población tener también un nivel de vida suficientemente digno? El problema deviene entonces hacia la capacidad global de producción y el de su distribución, o sea hacia la justicia distributiva.

Pero la idea misma de que el precio debe ser igual al costo se encuentra con otra concepción de la justicia conmutativa, muy arraigada en el espíritu de los compradores que buscan igualdad de precios en productos idénticos. En el seno mismo de las Cooperativas de consumidores, se ve a menudo a sus miembros indignarse porque un precio es más elevado en el pequeño comercio más próximo que en el supermercado más o menos alejado. Y es evidente que la desigualdad de costos es inevitable y que ella excluye ya sea la igualdad de los precios de un mismo producto, sea la coincidencia del precio y del costo.

(12) En mi campo de prisioneros de guerra, en 1940-1945, he asistido y participado en nacimiento sucesivo de una solidaridad -y de un egoísmo- de grupo (el pequeño grupo de cuatro o cinco que juntaban los paquetes individuales de víveres recibidos), luego de habitación (en general dieciséis), luego de barraca y, por último de campo, éste último uniendo a numerosas nacionalidades, sobre todo frente a nuestros guardianes y, el interés por las nuevas provenientes de otros campos de este "archipiélago".

Por otra parte, como generalmente se incorpora en los precios una ganancia, sería preciso para determinar el justo precio, poder determinar el justo monto de la ganancia. Siendo esta ganancia o provecho por definición, lo que en el precio sobrepasa la suma de costos, no existe una contrapartida medible.

Pues la sola contrapartida aceptable de la atribución de la ganancia a alguien es tomar a su cargo las pérdidas eventuales, o sea la ganancia negativa. Esto es lo que exige la justicia conmutativa, al igual que la necesidad práctica. Y este riesgo, que no es técnico (con el cual se pueda contratar un seguro, y así transformarlo en costo), sino un riesgo económico (un estado desfavorable del mercado que desbaratan las previsiones), resulta por definición, inmensurable, salvo luego de producido, o sea retrospectivamente. La noción de justicia es pues inaplicable al monto de la ganancia. Es su atribución que debe ser justa.

Las cooperativas obreras de producción han sostenido la idea de que el valor se crea únicamente por el trabajo para atribuir todo el provecho a los trabajadores. Pero se han visto obligadas a menudo, por falta de un ahorro suficiente de sus miembros a atribuir una parte al capital. Mas, esta concepción sobre las causas del valor es rechazada por la ciencia económica⁽¹³⁾.

En la cooperación agrícola, se ha emitido la opinión de que todos los márgenes beneficiosos percibidos sobre los productos agrícolas hasta que llegan a manos del consumidor deben volver al productor. Se advierte, en los hechos, que algunos agricultores venden sus huevos o legumbres a los ciudadanos que vienen a comprarlos a la granja al mismo precio que aquellos los encontrarían en el vendedor más próximo a su domicilio. La idea no es aceptable porque el minorista y el panadero tienen, por su trabajo, tanto derecho a una parte de la plus-valía como el cultivador. Es sólo teniendo en cuenta la posición general de debilidad del campesino con relación al comercio y a la industria que se puede encontrar justo lo que en sí sería un privilegio abusivo. Pero no es esto, por supuesto, justicia conmutativa, es por eso que en las cooperativas agrícolas de integración descendente, algunos piensan dar participación en los beneficios a los asalariados de sus fábricas de transformación.

En las cooperativas de consumidores, el mecanismo del retorno permite aplicar el concepto corriente de un justo precio, que sólo comprende el costo. No en el momento de la compra: el precio provisorio pagado depende del estado del mercado y de la estrategia propia de la cooperativa. Supone un suplemento agregado al costo previsto, suplemento que es un margen provisorio de seguridad contra los riesgos técnicos y económicos. Al fin del ejercicio, este margen se convierte en beneficio queda enteramente a disposición de los asociados. De modo que una vez percibido el retorno, el **precio definitivo**, que ellos mismos tienen el poder de decidir. El provecho es abolido como renta.

Pero hay que indicar ahora un aspecto esencial del problema.

La ciencia económica, elaborando la teoría de la formación de precios, ha permitido sobrepasar, eclipsándola, la noción de justo precio.

(13) La teoría marxista del valor-trabajo no es real sino una macroeconomía: pensando en la población entera, en un momento determinado, los bienes consumidos de los que dispone no le han costado más lo penoso del trabajo que los ha producido. En efecto, todos los otros elementos del costo contable de estos bienes son para el consumidor una erogación, pero al mismo tiempo, para alguno, una renta, sin trabajo. Esta erogación y esta renta se anulan por la colectividad. Éste es el verdadero sentido de esta teoría. Pero si se medita en la duración, el consumo de riquezas naturales no productivas que ha sido necesario, empobreciendo a las generaciones futuras, es un costo real que se debe agregar al trabajo aportado. De todas maneras, la aplicación de la teoría valor-trabajo en la microeconomía, en la compra de un bien particular, no es válida.

Aquella sustituye a la noción de **precio óptimo**: conforme al interés general. Es el verdadero problema de los precios.

En un mercado, supuestamente, perfecto de tipo libre y competitivo, el juego de los mecanismos de la oferta y de la demanda tiende a establecerse en un equilibrio a nivel de cierto precio por el cual la utilidad marginal y el costo marginal coinciden. Este precio importa por un lado el consumo, por el otro la producción, a fijarse a nivel tal que proporcione a la colectividad el máximo de utilidad. Pero en dos mercados, de fundamental importancia, el del trabajo y el de productos agrícolas, es preciso excluir el funcionamiento integral de estos mecanismos, que allí provocan situaciones inhumanas. En cuanto a la industria y al comercio, en el sistema económico actual, donde la inmensa mayoría de las empresas tienen por finalidad la máxima ganancia, les interesa impedir que los precios desciendan de este nivel óptimo. Y ellas tienen los medios para ello: dominación de los mercados.

La teoría científica de los precios, contrariamente al decir del pseudo-liberalismo del mundo de los negocios, conduce a un juicio de valor muy severo sobre el sistema existente.

Las cooperativas, sobre todo las de consumidores, se ven entorpecidas en su deseo de practicar un precio justo, por todas las maniobras que emplean sus competidores para manejar a los compradores: precios llamativos, promociones, compensación de márgenes, que introducen la inestabilidad y una anarquía de los precios. Estas cooperativas se consideran a menudo obligadas a emplear, en los hechos, algunos de estos métodos.

Justicia distributiva.

Esta noción de la justicia es menos fugaz, más fácil de concebir que aquella de la justicia conmutativa.

Hay una aplicación primera y rudimentaria de esta justicia, que se impone con tal evidencia que nunca se ha pensado en erigirla como un principio cooperativo fundamental: es la igualdad de trato entre los asociados. Igual precio de venta o de compra para todos, esto va de suyo, sin duda. Igual salario para todos: cooperativas de producción la han practicado, o la practican aún. Esto significa una elevación de la igual dignidad fundamental de todos los hombres y esto crea un muy fuerte sentimiento de solidaridad, a condición de que todos acepten tal regla.

Pues es evidente que puede encontrársela injusta, que la justicia distributiva debe tener en cuenta la calidad de los productos, la calificación del trabajo. Es preciso definirla así: A servicio igual prestado, ya sea por un asociado a la cooperativa, o por ella a un asociado, igual remuneración.

Las necesidades económicas la limitan de más en más, sobre todo en razón de los progresos técnicos, que en la industria exigen la contratación de ingenieros y, en la agricultura favorecen las grandes explotaciones, de modo que esta fórmula no corrige enteramente las desigualdades sociales preexistentes.

En los hechos las cooperativas ejercen una influencia muy modesta pero indiscutible en el seno de la justicia distributiva.

Primero por el hecho de la afectación de sus beneficios, que son sustraídos al capital y reservados sea al trabajo, sea al consumo.

Los intereses muy moderados asignados a los capitales propios y, más aún su supresión en ciertas cooperativas, siguen esta misma línea.

Algunas van más lejos exigiendo de sus miembros una contribución mínima para la formación del capital por suscripción de partes, no igual para todos, pero sí en relación con sus posibilidades financieras, mientras que su retorno no es afectado a causa de ello.

Todo esto opera una cierta redistribución de excedentes a favor de los menos favorecidos y, vuelve mucho más justas que antes las relaciones entre el capital y, siguiendo el tipo de cooperativa, ya sea el trabajo, ya sean las necesidades de la población.

Las cajas y organismos de solidaridad son también instrumento de redistribución a favor de víctimas de diversas circunstancias.

Además, y esto concierne a la justicia entre trabajadores, muchas cooperativas tienen tendencia a actuar con un sentido de menor desigualdad sobre los excedentes, otorgando salarios y ventajas sociales relativamente elevadas a los trabajadores del básico de la escala y remuneraciones menores que las empresas capitalistas a los dirigentes.

Estas disposiciones, fijadas democráticamente, dependen del nivel moral, en el sentido de la intensidad o de adhesión a la moral social cooperativa, que las cooperativas encuentren, o que ellas hayan sabido crear entre sus miembros. Es preciso en efecto, que aquellos que resulten relativamente favorecidos por el hecho de su competencia, tengan un sentido de la solidaridad que vaya más allá de un interés bien entendido, o un sentido profundo de la justicia para que acepten estas reducciones de sus ventajas a favor de otros.

Todas estas formas de acción hacia la justicia, más allá de la afectación de los beneficios de los que las cooperativas puedan disponer libremente, tienen posibilidades limitadas por la situación de los mercados donde ellas se procuran trabajo, crédito, provisiones y de aquellos en los cuales despachan su producción. Ellas no pueden prácticamente proponer a sus contratantes externos operaciones menos ventajosas que las condiciones que encuentran en otro lado.

Solamente cuando disponen de un monopolio, lo que es rarísimo fuera de países socialistas, o en menor medida si su poderío les da un "leadership" sobre los mercados, pueden ellas ejercer una influencia profunda para tornar más justo el reparto del excedente global o nacional.

Este cambio de horizonte de los problemas presentados por la puesta en aplicación de la moral cooperativa es doblemente incompleto.

Primero, porque es imposible saber con exactitud y certeza en qué medida el comportamiento de las cooperativas es conforme a las exigencias y aspiraciones de esta moral. Por lo tanto, fuera de aquellas constataciones notorias, lo que precede no debe ser considerado como una descripción exacta de lo que es. Es una investigación, de lo que debe o debería ser.

Luego porque el estudio es incompleto, pues se ha limitado a los elementos de la moral cooperativa que contribuyen a instaurar buenas relaciones humanas. Pero ¿qué exige la otra parte de esta moral cooperativa? ¿Cómo sus exigencias interfieren y se concilian con la primera parte? El próximo artículo de esta serie abordará este aspecto.