

Materiales de trabajo e intercambio de experiencias

Intercambio y comercialización justa y alternativa



Grupo de trabajo de la Acción Significativa
Codesarrollo - Prioridad Hecho Migratorio

Junio de 2004

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	3
1. UN FENÓMENO LLAMADO GLOBALIZACIÓN	5
1.1. La cara amable de la mundialización	6
1.2. Las otras caras de la globalización	7
1.3. El consumo como religión y modo de vida	8
2. EL COMERCIO INTERNACIONAL	9
2.1. La Organización Mundial del Comercio (OMC)	9
2.2. El comercio real en el mundo pobre	10
3. DESARROLLO HUMANO E IDENTIDAD DE CÁRITAS... ..	12
3.1. El Desarrollo humano visto desde la óptica del PNUD	12
3.2. El Desarrollo humano desde la perspectiva de Cáritas y la D.S.I.	13
4. COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE	16
4.1. El comercio justo	16
a) Un componente ético	16
b) Un componente social	16
c) Un componente ecológico	17
d) Un componente técnico	17
4.2. El consumo responsable	17
5. EL COMPROMISO DE LA CONFEDERACIÓN CÁRITAS	20
5.1. El compromiso de Cáritas Diocesana	20
a) Las campañas de sensibilización y denuncia	20
b) El poder de la denuncia pacífica cargada de verdad	21
c) Involucrar a las estructuras y organizaciones de la sociedad civil	21
d) Dar a conocer las tiendas y opciones del comercio justo	21
5.2. Orientaciones de futuro Confederal ante el comercio justo	22
a) Trabajo en red	22
b) Unificar puntos de venta	22
c) Implantación de espacios y tiendas	22
d) Promover la popularización del comercio justo y el consumo responsable	22
6. LOS OBJETIVOS DEL MILENIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL	23
6.1. Promover un modelo sostenible de agricultura... ..	23
6.2. La eliminación de subvenciones y del dumping en las exportaciones agrarias... ..	24
6.3. Garantizar los acuerdos sobre los Derechos de la Propiedad Intelectual (ADPIC)... ..	25
6.4. La OMC debe reorientar su actividad y servir al fin al desarrollo humano... ..	25
a) Cancelación de una deuda externa insostenible... ..	26
b) Abordar las migraciones desde una visión integral... ..	26
c) Aumentar la Ayuda Oficial al Desarrollo hasta el comprometido 0,7% del PIB... ..	26
A MODO DE CONCLUSIÓN	27

PRESENTACIÓN

La mundialización económica ofrece la posibilidad real de que cualquier producto pueda elaborarse en cualquier lugar de la Tierra y venderse en cualquier otro, gracias a la innovación tecnológica, a los adelantos en los transportes y a las comunicaciones. Gracias a la mundialización sabemos más claramente que los bienes del Planeta son bienes sociales, ya que se producen en el concurso de distintas partes del mundo. La mundialización es un hecho dinámico que, sin duda, nos mueve a la reflexión acerca de las tendencias y sus posibilidades, nos plantea desafíos y exige posicionamientos desde la identidad de Cáritas.

Estas páginas, que salen a la luz bajo el título «Intercambio y comercialización justa y alternativa», son el resultado de un trabajo colectivo que varias Cáritas Diocesanas (Bilbao, Menorca, San Sebastián, Mérida-Badajoz, Mallorca, Cádiz, Huelva, Tenerife, Alicante, Zaragoza...) vienen desarrollando en el marco de la acción significativa *Codesarrollo* —prioridad Hecho Migratorio— en conjunción con la Comisión de *Análisis social y Desarrollo* de la confederación Cáritas Española.

Nuestro objetivo **es compartir la experiencia** de haber puesto en marcha iniciativas bajo esa perspectiva genérica de «comercio justo y consumo responsable». Se trata de ofrecer instrumentos de concientización, ante un Mercado que tiene la tendencia a inundar todas las actividades humanas con una lógica que se orienta a la desigualdad y a clasificar el mundo en dos grandes grupos: solventes y consumidores, y los no solventes, que carecen de interés.

Ahora bien, no se trata sólo de compartir experiencia y **reflexión sobre los criterios que nos animan, se pretende suscitar el compromiso y la acción en las comunidades** locales fomentando valores para generar cambios en nuestra vida personal, en las políticas nacionales e internacionales. El Comercio Justo, también llamado comercio alternativo, es un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte, con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional.

Somos conscientes de que, en última instancia, **son los consumidores y consumidoras** los que cada día presentan un mayor grado de sensibilidad hacia los productos cuyos rasgos principales son la ética, el respeto al medio ambiente y la equidad en las relaciones comerciales. La ciudadanía en general —a la hora de la compra— es en definitiva el eslabón final que hace posible el Comercio Justo, al ejercer un consumo responsable y valorar no sólo el precio de los productos sino también las condiciones sociales y ecológicas en que han sido fabricados así como la elección por la calidad de los mismos.

Subyace en todo ello el soporte de la trama local, el enraizamiento en el territorio y el aporte de las asociaciones. Es significativo el número de personas que dedican su tiempo como voluntarios de manera constante en este tipo de actividades y tiendas, ya sea atendiendo al público o implicándose en campañas de sensibilización dirigidas a la opinión pública, así como charlas y debates en instituciones educativas y parroquias. También queremos destacar para su reflexión las dos vías que están convergiendo en la Confederación de Caritas: «*las tiendas de comercio justo*» y «*las tiendas de comercio solidario*».

Las tiendas de Comercio Justo. Venden fundamentalmente productos agrícolas y artesanos (café, arroz, coco, té, plátanos, libros, bolsos, camisas, madera labrada...) y, llevan a cabo campañas de información y sensibilización (realización de estudios, explicando como se elaboran los productos y las condiciones de vida y trabajo de los productores...). Las Cáritas Parroquiales, Diocesanas y asociaciones de diverso signo abren tiendas apoyadas por voluntarios y voluntarias que colaboran en la gestión y en la venta. Son tiendas en estrecha colaboración con programas, proyectos y experiencias que las **Cáritas Diocesanas mantienen en el ámbito de la cooperación internacional.**

Pero junto a las tiendas de Comercio Justo en la Confederación Cáritas está surgiendo **«Tiendas de Comercio Solidario»** o dicho de otra manera, se crean tiendas que viene a expresar todo el trabajo que los Talleres de Formación Ocupacionales y de Inserción Sociolaboral están realizando. Así, va siendo una realidad que algunas tiendas de Comercio Justo venden, además ropa de segunda mano, libros, agendas, productos ecológicos provenientes de cooperativas locales, juguetes y muebles reciclados. Tiendas cuya finalidad, además de las ventas de los productos, tratan de hacer visible la tarea que se está desarrollando bajo la perspectiva de «inserción por lo económico». **Son tiendas que mantienen una estrecha relación con los Programas de Formación y Empleo.**

Entendemos, que bajo el concepto de Economía Social se engloban los contenidos de economía solidaria y la dimensión de comercio justo. Pero no se trata de potenciar una economía de segunda categoría, o desarrollar itinerarios formativos más o menos subterráneas, que nos repartimos los objetos producidos entre el voluntariado y los simpatizantes de causas solidarias. Se trata de visibilizar todos los talleres, centros y servicios que la Confederación está promoviendo, tanto si están inmersos en el sector mercantil como si no.

Esta tarea debe responder a valores de solidaridad, de igualdad y, es de interés general para toda la sociedad. Si no hacemos públicas las demandas y necesidades que de ello se derivan en términos de educación, formación profesional, reforma fiscal o legislación laboral podríamos quedarnos en el amplio y confuso campo de la denominada «economía sumergida» y/o irregular.

Finalmente queremos subrayar, que el documento no pretende abordar todas las dimensiones que afectan y se interrelacionan con los países empobrecidos (deuda externa, carrera de armamentos, desarrollo tecnológico, sensibilidad internacional, presencia de multinacionales, paraísos fiscales...) La preocupación es mostrar como a través de una actividad como es el «comercio justo y solidario» descubrimos nuestra interdependencia y nuestra responsabilidad personal e institucional para con «los hombres y mujeres empobrecidos de la Tierra».

Se trata, por tanto, de asomarnos a lo que hay detrás de una «acción significativa», en si misma muy pequeña, pero con posibilidades de abrir perspectivas más globales.

1. UN FENÓMENO LLAMADO GLOBALIZACIÓN

*«Buscar la abundancia material ha creado escasez material;
buscar la vida puede llevarnos a un nuevo sentido
de la abundancia espiritual, social y aún material»*
David Korten, 1995

Nos hallamos ante un fenómeno genérico llamado **globalización que es**, ante todo, la integración de todo el planeta en un mercado único y un ámbito universal de comunicaciones instantáneas. La medida del tiempo hasta hace poco era regida por los ciclos de la naturaleza o las fases de los astros; ahora es servida por satélite en el momento preciso. Este crecimiento ha generado nuevos avances hasta ahora inauditos; prolongación de la esperanza de vida, el retroceso de muchas enfermedades, los descubrimientos del ADN... En ningún momento histórico ha habido tanta riqueza, tantos bienes y servicios, tanta información disponible, tantas posibilidades en suma para vivir en plenitud... un mundo inmenso que se abre ante nuestros ojos, pero, al mismo tiempo, se diluye la identidad humana por la persistente pobreza y la aberrante desigualdad.

En esta realidad influye por una parte la actual revolución tecnológica que afecta especialmente al transporte (más conexiones entre más puntos del planeta, más frecuentes y más baratas), y a las comunicaciones (con una infinita capacidad de comunicación instantánea y a distancia vía satélite, Internet, teléfono...). Y por otra, las decisiones humanas: las posibilidades de movilidad y conexión de imágenes, capitales y productos se han multiplicado, pero las reglas que permiten que esos movimientos se produzcan efectivamente son decisiones humanas, tomadas desde los órganos de poder global que son las instituciones financieras internacionales.

La mundialización ha sido identificada en un reciente informe de expertos¹ como **«el hecho de los múltiples lazos e interconexiones que unen a los Estados y a las sociedades y contribuyen a formar el presente sistema mundial»**. Y añaden: la mundialización «describe el proceso según el cual acontecimientos, decisiones y actividades que tienen lugar en un punto del planeta acaban por tener importantes repercusiones sobre los individuos y las colectividades que viven muy lejos de allí». En definitiva como viene a afirmar de manera sencilla la Comisión de Justicia y Paz² «la mundialización es la presencia del mundo entero en nuestras vidas».

La economía se define generalmente como la ciencia que se ocupa de la producción, del consumo y de la distribución de la riqueza y el bienestar. Pero en los años recientes, la economía se ha entendido como una disciplina autónoma, exenta de valores y consideraciones éticas, o sociales, poniendo a los hombres y mujeres al servicio del beneficio, y no a la economía al servicio de la

¹ Groupe de Lisbonne: «*Limites à la compétitivité*» Pour un nouveau contrat mondial. Bajo la dirección de Ricardo Petrella: Labor, Bruxelles, 1995.

² Commission Justice et Paix-France: «*Maitrisser la mondialisation*», Mars, 1999.

humanidad. Es urgente que la economía se recupere como disciplina vinculada a la filosofía, la ética y la política, para tener presente que su contenido no es más que un aspecto de toda una estructura antropológica, ecológica y social. El crecimiento ilimitado no es una opción sostenible: nos trae la continua degradación de la verdadera calidad de vida y nos acerca al agotamiento de los recursos naturales del planeta. Quizás haya sido el «consumismo» junto al crecimiento ilimitado el rasgo que mejor define nuestro tiempo.

1.1 La cara amable de la mundialización

La mundialización económica es un proceso sociológico que ofrece enormes posibilidades y no tiene porqué ser un fenómeno negativo. Es un proceso que está produciendo efectos contradictorios. Para amplias zonas del planeta ha tenido efectos positivos, donde ha circulado la riqueza y se ha distribuido con alguna gradación en un mercado sin fronteras. El consumo ha llegado a sitios donde jamás antes lo habría hecho bajo regímenes autárquicos.

- ❖ Esta nueva economía produce nuevas oportunidades, lo que ha permitido que se desarrollen algunos países emergentes, que tradicionalmente se habían mantenido al margen del desarrollo.
- ❖ La sociedad del conocimiento se incrementa a su vez por la propia implantación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), o lo que es lo mismo, la convergencia de la Informática y de las Telecomunicaciones.
- ❖ Es un hecho generalizado en varias zonas de la tierra; el crecimiento sin límites del comercio electrónico a través de Internet; el aumento de las comunicaciones personales e institucionales gracias al auge de la telefonía móvil, «esa sociedad sin cables que funciona en red».
- ❖ Una sociedad del conocimiento que considera la educación permanente como capital básico en todos los ámbitos de la vida. El capital intelectual se configura como la principal fuente de riqueza de los pueblos.
- ❖ Quizás, uno de los aspectos más significativos de la mundialización, es la creciente conciencia de universalidad que nos abre los ojos y oídos a la «aldea planetaria». La mundialización puede constituirse en un instrumento eficaz para el desarrollo de la sensibilidad de las situaciones internacionales y la interdependencia de la condición humana
- ❖ La presencia, cada vez más dinámica y más organizada, de redes entre asociaciones ciudadanas de diversos ámbitos: consumidores, ecologistas, tercer sector, sindicatos, organizaciones vecinales, movimientos de Iglesia, asociaciones juveniles, de mujeres... se trata de aprovechar la energía de los viejos y nuevos movimientos para desarrollar una ética universal. La fuerza de todos estos movimientos radica en saber combinar lo específico de cada uno y acciones eficaces conjuntas. Sobre todo, fomentar la trama asociativa para crear sociedad.
- ❖ Movimientos y redes de la Sociedad civil que han dado un fuerte impulso a una ética universal aportando alternativas a las «Cumbres Mundiales» destacando en primera línea todas las propuestas de orden social aprobadas en la «Cumbre de Copenhague».

1.2. Las otras caras de la globalización

Al finalizar el milenio los Países Menos Adelantados (PMA) realizaban una evaluación de las dos últimas décadas. El decenio de 1980 fue llamado «la década perdida» para los países en desarrollo en general y los PMA en particular, mientras que el de 1990 se ha convertido en el decenio del aumento de la marginación, la desigualdad, la pobreza y la exclusión social.³ La violencia y las tensiones sociales que afligen a varios países se deben, al menos en parte, al aumento de la indigencia y de la desigualdad. Y, sin embargo el comercio mundial entre 1990 y 1998 creció en torno al 55%

El informe de desarrollo humano del PNUD⁴ concluye que **en 21 países se ha producido un descenso del Índice de Desarrollo Humano (IDH)**, una medida que resume tres dimensiones: disfrutar de una vida larga y saludable, recibir educación y tener un nivel de vida digno. Además, **54 países han registrado disminución en sus ingresos**. De ellos 20 son países subsaharianos; 17 pertenecen a la Europa Oriental y la Comunidad de Estados Independientes (CEI); 6 son de América Latina y el Caribe; otros 6 pertenecen a Asia Oriental y el Pacífico y; 5 a los países árabes.

La FAO, organismo de las Naciones Unidas especializado en la alimentación, estima que en 1999-2001 había en todo el mundo 842 millones de personas subnutridas (hambrientas). La evidencia más visible de la disfuncionalidad del sistema de producción de alimentos es el hecho de que los agricultores, como grupo, son los más pobres del mundo⁵. De los 1.300 millones de personas que intentan sobrevivir con menos de un euro al día, el 75% vive y trabaja en zonas rurales. Donde también se concentran el hambre, la falta de agua potable y la carencia de electricidad y de servicios básicos de saneamiento.

El desorden climático provocado por un crecimiento económico desbocado trae de la mano también las guerras del petróleo, a las que seguirán las guerras por el agua, pero también posibles pandemias, desaparición de especies vegetales. La sociedad del crecimiento, tal y como viene estructurándose en las últimas décadas no es deseable, al menos por tres razones: a) genera aumento de las desigualdades y las injusticias; b) crea un bienestar ampliamente ilusorio, y; c) a los mismos «ricos» no les asegura una sociedad amigable sino una anti-sociedad enferma en su riqueza y en su desigualdad.

En palabras de Manuel Castells: las zonas sin valor desde el punto de vista del mercado, o sin interés políticos significativo para los poderes fácticos, son obviadas por los flujos de riqueza e información y, en última instancia, privadas de la infraestructura tecnológica básica indispensable para comunicarnos, innovar, producir, consumir, e incluso vivir, en el mundo de hoy.

La visión economicista predominante, enfoca todo el proceso mundial desde un punto de vista exclusivamente material y tecnológico. Como dirían autores de reconocido prestigio internacional⁶ es

³ Los Países Menos Adelantados. Informe 1999. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Nueva York y Ginebra, 1999.

⁴ Informe del PNUD 2003. Resumen sobre Desarrollo Humano 2003.

⁵ Brian Halweil: «Una agricultura en interés de todos». *La situación del mundo 2002*, Icaria, Barcelona, 2002.

⁶ Edgar Morin, *El Método*, «La humanidad de la Humanidad». Ediciones Cátedra, 2003, Madrid. Joseph E. Stiglitz, «El malestar en la globalización». Editorial Taurus, 2002.

un sistema que no tiene sentimientos, no tiene alma. Cuyos rasgos básicos son: a) un sistema que decreta el libre mercado como valor supremo; b) la competencia debe ser de todos contra todos en el mercado mundializado para una mayor eficiencia y; c) un sistema productor y reproductor de una forma de vivir, pensar y relacionarse que, propugna como fin principal: el beneficio rápido y el consumo masivo de productos superfluos; d) el afán de comprar y consumir dominan las mentes de muchas personas, llenando el hueco del vacío existencial.

1.3. El consumo como religión y modo de vida

Según un estudio reciente, 1.700 millones de personas (27%) de la humanidad pertenecen ya a la sociedad de consumo. De este grupo, aproximadamente 270 millones viven en Estados Unidos y Canadá, 350 millones en Europa Occidental y 120 millones en Japón. Pero cerca de la mitad de los consumidores globales viven ahora en los países en desarrollo, incluyendo 240 millones en China y 120 millones en la India –unas cifras que se han disparado de forma espectacular en las dos últimas décadas, a medida que la globalización hacía llegar los bienes de consumo a millones de personas y les proporcionaba las tecnologías y el capital necesario para fabricarlos y diseminarlos⁷.

«Consumo luego existo» parece ser el referente de existencia e identidad social.

Confunde necesidad con deseo, y éste con la posesión que ahoga todo proyecto de satisfacción que no se resuelva en lo inmediato. El consumo como «celebración» (goce-disfrute) de lo inmediato, plantea que el perdedor es el pobre, «el que no tiene». El capitalismo ha creado un imaginario anclado en la creencia donde los seres humanos nos vemos obligados, casi convulsivamente a acumular productos y defenderlos. Consumo de productos que aparecen asociados a situaciones vivenciales que las personas deseamos: paisajes exóticos, identidad personal, afecto... la publicidad ha ido modificando las necesidades profundas y verdaderas por pseudo satisfactores.

Una promesa de felicidad recorre la cultura de masas. La felicidad se traslada a través del consumo y la publicidad a la sociedad como una obligación... que se alcanzará a través del consumo. Como apunta Franco Berardi,⁸ la soledad y el cinismo han hecho nacer el desierto del alma. Ante este vacío, el hedonismo, la idea de placer como modo de vida, se ha convertido en la justificación cultural y moral. Necesitamos que las cosas se consuman, se quemen, se desgasten, se sustituyan a un ritmo cada vez más rápido

⁷ Matthew Bentley. *Sustainable Consumption* (Tesis doctoral, American Graduate School of International Relations and Diplomacy, Paris, 2003).

⁸ Franco Berardi. «*La fabrica de la infelicidad*». Edit. traficante de sueños. Septiembre 2003. Madrid.

2. EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio no es más que el intercambio de bienes y servicios; algo inherente a la historia humana y que siempre se ha dado en la historia humana, incluso antes de la existencia de las monedas. Históricamente ha evolucionado desde lo local hasta mercados más amplios, a medida que han crecido las comunicaciones, ha aumentado la capacidad del transporte... Desde el siglo XIX, el comercio ha pasado a tener una dimensión internacional. Y hoy, esa dimensión es mucho más importante, hasta llegar a ser dominante: los mercados internacionales mueven más productos que los mercados locales. La participación en el comercio mundial permite el acceso a mercados mayores y brinda oportunidades de especialización para la producción y las economías de escala, pero tiene reglas asimétricas y une en mercados a actores muy desiguales, acentuando las diferencias.

2.1 La Organización Mundial del Comercio (OMC)

La Organización Mundial del Comercio (OMC) que fue creada en enero de 1995, uniéndose al Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM) como pilares del sistema económico global. Se plantea como objetivo fundacional poner el comercio internacional al servicio del desarrollo de los pueblos y en especial de los países más pobres. Este objetivo oficial ha sido mantenido durante toda esta década y que se resumen en las orientaciones expresadas por el Director General de la OMC.⁹ «...un único mercado global, sin trabas ni cortapisas de ningún tipo, supone la apertura de numerosos retos y oportunidades que todos los países, incluso los más pobres, pueden aprovechar si saben adaptarse a las nuevas circunstancias».

Pero la OMC no está cumpliendo esta función; más bien al contrario, se encarga de velar porque las reglas de libre comercio se establezcan con puño de hierro en el mundo pobre y las negociaciones para abrir los mercados del mundo rico a la venta de productos del Sur se hacen interminables. Libre comercio como realidad en el Sur pero como horizonte en el Norte, en definitiva. Y defensa a ultranza de los derechos privados frente a los bienes públicos, como prueban los acuerdos sobre patentes, que anteponen el beneficio, por ejemplo, de las corporaciones farmacéuticas, a la necesidad de curación y remedios médicos para millones de pobres en el mundo. Los datos de la realidad nos muestran la asimetría y los desequilibrios del comercio internacional:

- ❖ **El flujo creciente de intercambios a escala mundial se ha repartido de una manera muy desigual de modo que se ha concentrado en unos pocos países que son, los de rentas más altas**, precisamente los más ricos, (Canadá, Estados Unidos, Japón y la Unión Europea) que representan el 13% de la población mundial y sin embargo intercambian entre sí casi las tres cuartas partes del total de las mercancías que se comercian.

⁹ Micke Moore. Director General de la OMC, Doha, 1999.

- ❖ **Las compraventas internacionales de mercancías se concentran en un número limitado de productos fabricados en las naciones más desarrolladas** (automóviles, equipos de oficina, telecomunicaciones) son productos transformados y sus precios se mantienen en constante aumento. Mientras que los que provienen de las naciones más pobres (agricultura, minería, materias primas) pierden, paulatinamente, importancia relativa. Y sus precios tienden a descender. La consecuencia directa de este fenómeno es que los productores de bienes agrícolas y mineros necesitan vender una cantidad mayor de mercancías para poder lograr unos ingresos similares y para poder adquirir la misma cuantía de bienes industriales.
- ❖ **El comercio internacional se centra en un número limitado de grandes empresas «multinacionales».** Ellas son las que compran y venden en los mercados internacionales. Se trata de compañías que cuentan con unas ventas totales superiores al Producto Interior Bruto (PIB) de muchos países (General Motor, Ford, Mitsubishi, Coca Cola, IBM...). Controlan más del setenta por ciento del comercio, producción y venta de muchos de los productos que provienen de los países en vías de desarrollo.

2.2. El comercio real en el mundo pobre

Como es bien sabido la actividad económica es interpretada desde el lugar donde se vive o como se suele decir genéricamente según el «dolor con que se mira». El propio Banco Mundial declaró: «*La integración global es ya una poderosa fuerza de lucha contra la pobreza*». Pero la realidad es bien distinta, detrás de las grandes declaraciones de las ventajas del libre mercado aparecen barreras, aranceles, relaciones de intercambio, monopolios que dejan a cantidad de pueblos al margen del desarrollo. Los flujos del comercio liberalizado no están beneficiando a los países más pobres.

- ❖ **El éxito de las exportaciones del mundo en desarrollo está altamente concentrado en el Este de Asia.** En cada área de la actividad exportadora de bienes industriales son cinco los países (China, Corea, Taiwán, México y Singapur) que representan casi dos terceras partes de valor de todas las exportaciones industriales del mundo en desarrollo;
- ❖ **Una dependencia permanente de las materias primas.** La dependencia de las materias primas es más fuerte en el África Subsahariana y entre los 44 Países Menos Adelantados (PMA). Muchos de ellos dependen únicamente de unas pocas materias primas agrarias (como el café, el cacao, el té y el aceite de palma) y los minerales. En los últimos 20 años los precios reales de estos productos básicos han sido volátiles y en general han caído de forma significativa. Los efectos de las reducciones y fluctuaciones de los ingresos de exportación se han dejado sentir en los ingresos, la inversión, el empleo y el crecimiento.
- ❖ **Exportaciones de baja calidad e intensivas en mano de obra.** Con tendencias bajistas en los precios. Las relaciones de intercambio (el precio de las exportaciones comparado con las importaciones) para la exportación de materias primas de África fueron una quinta parte más bajas a finales de los noventa que a principios de los setenta; Ello unido al insuficiente desarrollo de los recursos humanos, que provoca escasez de aptitudes empresariales, técnicas y de gestión.

- ❖ **Los fuertes definen las reglas del juego y existe mucha presión sobre los países en desarrollo.** No existen condiciones básicas para una verdadera negociación. En definitiva, las cuotas del comercio mundial de los PMA se han reducido hasta quedarse en el 0,5 por ciento. Menos de una cuarta parte del nivel que tenía en la segunda mitad de los ochenta. Los mercados para productos como el azúcar, los cereales, la leche y algunos aceites comestibles están dominados por los países ricos que subsidian a sus propios agricultores con hasta mil millones de dólares diarios.
- ❖ **Es fácil concluir que las subvenciones a los agricultores de los países ricos conduce a una competencia desleal.** A título de ejemplo, en 2002, la ayuda directa a los agricultores de los países desarrollados ascendió a 235.000 millones de dólares... lo que equivale casi a 30 veces el importe de la ayuda facilitada para el desarrollo agrícola en los países en desarrollo. Gran parte de esa suma se utilizó para subvencionar la producción de excedentes de productos básicos de los que dependen muchos países en desarrollo.

3. DESARROLLO HUMANO E IDENTIDAD DE CÁRITAS: DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA

«La persona y la naturaleza como centro del desarrollo»

L a riqueza no «enriquece» a la persona. Nunca hubo tanta capacidad de generar riqueza; asistimos, sin embargo, a la desaparición del sujeto que piensa y siente convirtiéndose en objeto de mercado. Hoy se nos pide a las personas que nos despojemos de todas las significaciones simbólicas que daban consistencia a los bienes relacionales. La persona se configura como un sujeto desprovisto de lo más genuino de la condición humana: el valor de su subjetividad, de su capacidad simbólica para pensar y sentir el mundo. Dufour¹⁰ nos plantea cómo el neoliberalismo ha ido construyendo su «modelo de persona», eliminando su ser «sujeto» para convertirlo en mero «objeto» de intercambio mercantil.

3.1. El desarrollo humano visto desde la óptica del PNUD

A partir de 1990 el PNUD (El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) publicó su primer Informe sobre Desarrollo Humano en el mundo, presentando al mismo tiempo un nuevo indicador (el Índice de Desarrollo Humano) para medir el bienestar de las personas. Desde entonces hasta ahora el concepto de desarrollo humano ha ido ganando terreno en el discurso político, en la investigación académica, y en la acción de los movimientos sociales.

Esta perspectiva venía a aportar una novedad importante en lo que tradicionalmente se venía entendiendo sobre el progreso de las sociedades: poner al ser humano, con todas sus capacidades y potencialidades, en el centro del análisis. El paradigma de desarrollo humano representó un cambio radical. Destrona al producto nacional bruto como principal indicador del nivel del desarrollo. La preocupación básica por la ampliación de las capacidades humanas desplaza así a la concepción tradicional del desarrollo basado únicamente en la ampliación de las capacidades productivas.

El concepto de desarrollo humano tiene, además, una gran significación social. Como apuntó hace unos años Mahbub ul Hak, coordinador de los primeros informes del PNUD, «la expansión de las oportunidades de las personas es preciso entenderla en una dimensión colectiva, capaz de ser puesta al servicio del progreso de las sociedades, ya que el desarrollo sin equidad supone una importante restricción para las posibilidades y opciones de muchos seres humanos. Así, el desarrollo social no puede ser entendido al margen de quienes componen las sociedades —las personas— y, a su vez, el desarrollo humano es la clave del bienestar de la sociedad».

¹⁰ Dany-Robert Doufour «La nueva servidumbre del hombre liberado» Le Monde Diplomatique.

El desarrollo humano implica hacer del protagonismo de las personas una de las claves del bienestar colectivo. Dar poder a la sociedad, proteger los derechos humanos, proteger la participación en la toma de decisiones, expandir la salud y los conocimientos, buscar la equidad, proteger los recursos naturales para garantizar las oportunidades de desarrollo de las generaciones futuras deben ser, entre otras, algunas de las dimensiones fundamentales de la cooperación internacional.

El propio PNUD¹¹ afirma que la verdadera riqueza de una nación está en su gente. El objetivo básico del desarrollo es crear un ambiente propicio para que los seres humanos disfruten de una vida prolongada, saludable y creativa. Este puede parecer una verdad obvia, aunque con frecuencia se olvida debido a la preocupación inmediata de acumular bienes de consumo y riqueza financiera

En resumen, la visión de un desarrollo centrado en las personas sustituye a la visión de un desarrollo centrado en los bienes de consumo. De esta manera el IDH y el PNB per capita se contemplan como indicadores complementarios que proporcionan informaciones distintas. El IDH tiene cuatro componentes, a saber: a) la esperanza de vida al nacer; b) la tasa de alfabetización; c) la tasa de matriculación combinada en educación primaria, secundaria y terciaria y; d) la renta real medida en términos de paridad de poder adquisitivo

3.2. El desarrollo humano desde la perspectiva de Cáritas y de la Doctrina Social de la Iglesia

Si tenemos en cuenta la reflexión existente sobre **«La Identidad de Cáritas»**¹² nos encontramos que, en la perspectiva bíblica la pobreza no acontece de modo casual; antes bien, es el resultado de una estructura social injusta que implica una ruptura de la solidaridad y de la comunión humana. Los pobres son aquellos que carecen de medios para subsistir, pero, sobre todo, son los que sufren la carga que supone mantener la riqueza y, en ocasiones, el lujo de otras personas y grupos humanos. Al denunciar a los ricos y defender a los pobres, los profetas —en nombre de Dios— toman partido por los pobres por el hecho de serlo.

Somos conscientes que hay un sistema injusto que está instalado en el mundo y que necesita ser transformado para que posibilite un mejor reparto de los recursos que se generan y que parece ser suficientes para responder a las necesidades básicas de toda la Humanidad. El ejercicio de una caridad que viva de espaldas y de alguna manera sostenga el mantenimiento de unas estructuras injustas, no sólo limita seriamente el alcance de su ayuda bienintencionada, sino que además, eventualmente, podría producir un efecto contrario, en la medida que se convierta en una gran fuerza legitimadora del desorden actual, al mismo tiempo que sirva para tranquilizar la conciencia de los ciudadanos que les va bien en el sistema.¹³

«Es la hora de una nueva imaginación de la caridad, que promueva no tanto y no sólo la eficacia

¹¹ Informe PNUD 1999.

¹² Reflexión sobre la identidad de Cáritas. 52 Asamblea de Cáritas Española, Valencia, 25 de octubre de 1997.

¹³ Luzio Uriarte González. «Caridad y desarrollo verdaderamente humano» Corintios XIII. Nº 107-108. Diciembre, 2003. Cáritas Española.

de las ayudas prestadas sino la capacidad de hacernos cercanos y solidarios con quien sufre, para que el gesto de ayuda sea sentido no como limosna humillante, sino como compartir fraterno.¹⁴

La caridad no suplanta a la justicia, sino que la supone, y va más allá de ella. Por todo ello el ejercicio de caridad debe estar atento al avance en la conquista de un marco justo en las relaciones humanas. Siempre se ha entendido que la caridad implica necesariamente, afrontar las estructuras de nuestra sociedad que segregan injusticia, pobreza, hambre. Esta misión de servicio ha de caracterizar nuestra vida, entendiendo que; *«Sólo una Iglesia que se acerca a los pobres y a los oprimidos, se pone a su lado, lucha y trabaja por su liberación, por su dignidad y por su bienestar, puede dar un testimonio coherente y convincente del mensaje evangélico. Bien puede afirmarse que el ser y el actuar de la Iglesia se juega en el mundo de la pobreza y del dolor, de la marginación y de la opresión, de la debilidad y del sufrimiento»*¹⁵.

El Comercio Mundial es un medio de desarrollo para toda la humanidad, y no un fin en sí mismo. El Papa Pablo VI aclaró este principio en 1967, cuando escribió: *«Dios ha destinado la Tierra y todo cuanto en ella contiene, para uso de todas las personas y de todos los pueblos, de modo que los bienes creados, en forma equitativa, deben alcanzar a todos bajo la dirección de la justicia acompañada por la caridad. Y todos los demás derechos, cualesquiera que sean, aun comprendidos en ellos los de propiedad y libre comercio, a ello están subordinados»*.

De la lectura de la encíclica Sollicitudo rei Socialis (SRS 34) se puede con justicia deducir que la sociedad capitalista, marcada por el consumo y la competitividad más agresiva, no es compatible con una ecología de rostro humano. La economía de mercado destruye a la larga al «otro» y a lo otro, puesto que la ley del más fuerte, que en ella encuentra su máxima vigencia, termina por destruir la casa con sus habitantes.

«Todos somos testigos de los tristes efectos de esta ciega sumisión al mero consumo: en primer término, una forma de materialismo craso, y al mismo tiempo una radical insatisfacción, porque se comprende rápidamente que, —si no se está prevenido contra la inundación de mensajes publicitarios y la oferta incesante y tentadora de productos— cuanto más se posee más se desea, mientras las aspiraciones más profundas quedan sofocadas»

Pablo VI nos advierte en la Populorum Progressio del peligro de la codicia (deseo de tener cada vez más y acrecentar el propio poder), posible tanto en los más ricos como en los más pobres, y que puede conducirles a un materialismo sofocante (18), pues el tener más no es el fin último, la avaricia obstaculiza el crecimiento personal y es la forma más evidente de un subdesarrollo moral. Y para **Juan Pablo II**, en la **Laborem Exercens**, el error del economicismo consiste en establecer la primacía y la superioridad de lo que es material sobre lo que es espiritual y personal afirmando que lo material es capaz de apagar las necesidades del hombre (materialismo práctico (13). Todo ello cuestiona sobre el sentido de esta sociedad de la abundancia, que es, al mismo tiempo, la del despilfarro. Sociedad que acumula y se hipertrofia. Sociedad de la superproducción y de la carencia. Sociedad de usar y tirar que condena al hombre y a la mujer al consumismo y al mercantilismo de una irracionalidad sin sentido

¹⁴ La otra globalización. Serie didáctica Nº 1. Instituto Social León XIII.

¹⁵ *«La Iglesia y los Pobres»*. Comisión Episcopal de Pastoral Social, 21 de febrero de 1994.

Son diversos y repetidos los mensajes que nos hablan de la necesidad de un cambio de paradigma: «La sociedad actual no hallará una solución al problema ecológico si no revisa seriamente su estilo de vida. En muchas partes del mundo esta misma sociedad se inclina al hedonismo y al consumismo, pero permanece indiferente a los daños que estos causan. La gravedad de la situación ecológica demuestra cuán profunda es la crisis moral»¹⁶. El respeto por la vida y por la dignidad humana incluye el respeto y el cuidado de la creación. El amor se traduce en búsqueda de la justicia y creación de solidaridad. (...) pasa por un reparto equitativo de los bienes de la tierra, el uso respetuoso y justo de sus recursos

La actividad económica es una actividad social en su origen, en su realización y en sus resultados (GS 35^a; cf. LE 6,9) La donación de la naturaleza que Dios hace a cada uno y a todos nos llega mediante el legado de las generaciones pasadas, con el compromiso de pasarlo enriquecido a las generaciones futuras (cf. LE 12) en una cadena de solidaridad. La doctrina de la Iglesia es clara, que lo que nos sobra ya no es solamente nuestro, es también del que lo necesita para vivir. En consecuencia, lo que gastamos de más, el consumo exagerado, el derroche, es robar. Una cultura centrada en la dignidad de la persona, se implica en la superación del reduccionismo económico y sitúa la cultura de la solidaridad como la clave del sistema alternativo de valores «empeñada en el bien común; es decir, en el bien de todos y de cada uno y donde todos seamos verdaderamente responsables de todos » (SRS 38)

Consecuentemente, **la opción preferencial por los pobres** no es más que una expresión de solidaridad, propia de un mundo injusto y desigual. En este sentido, es inevitable conectar dicha opción por los pobres con problemas tan acuciantes como *el comercio asimétrico*, la deuda externa, la deforestación o la carrera de armamentos.

Consideramos que «el comercio justo y consumo responsable» a gran escala brinda una ocasión de revitalizar la cooperación fraterna en el ámbito de Cáritas y de la Iglesia Universal con miras a erradicar la pobreza y exclusión social de gran parte de la población del mundo, especialmente las mujeres y los niños y otros grupos vulnerables, y para garantizar a todos el despliegue de todas las potencialidades del ser humano. El compromiso en la búsqueda de un comercio internacional con justicia y equidad, es tan importante o más que toda la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD).

¹⁶ Juan Pablo II para la Jornada de la Paz de 1990.

4. COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE

«Nunca pongas en duda que un pequeño grupo de ciudadanos preocupados y comprometidos pueda cambiar el mundo; de hecho, es lo único que lo ha cambiado».

Margaret Mead

4.1. El Comercio Justo.

El modelo descrito que guía las relaciones comerciales hoy en día se centra en la competitividad y en la eliminación de la intervención de los poderes públicos en el control del flujo de mercancías y servicios. El Movimiento del «Comercio Justo» cuestiona este modelo y se propone buscar alternativas para poner el comercio al servicio de la gente corriente y humilde que pretende vivir de su producción, ofreciendo canales para su comercialización internacional a través de una amplia red de entidades y tiendas en los países del Norte.

Recientemente, las principales organizaciones de Comercio Justo a escala Internacional han consensuado la siguiente definición: *«El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional».*

La mayoría de productos que se comercializan bajo la Red de Comercio Justo pertenecen a dos sectores básicos: **alimentación** (productos como el té, el café, el chocolate, el azúcar, mermeladas, frutos secos, especias, pasta...) y **artesanía**, (bisutería, marroquinería, artículos para el hogar, juguetes, objetos decorativos, material de papelería, belenes, adornos navideños...) entre otros.

El comercio justo tiene presentes cuatro dimensiones fundamentales:

- a) **Un componente ético.** El pago de un precio justo, que considera los costes de producción, y garantice una retribución digna a los productores, generalmente agrupados en cooperativas y asociaciones. Para perseguir un mayor desarrollo familiar y de la comunidad. Al mismo tiempo el comercio justo participa de la idea de cambiar las reglas actuales del comercio internacional hacia una mayor equidad.
- b) **Un componente social.** Promocionar y apoyar a productores desfavorecidos en la autoorganización, producción y comercialización; proteger a los niños y niñas de la explotación a

la que se ven con frecuencia forzados dentro del proceso productivo. La mayor parte de los trabajos de transformación deben realizarse en el país de origen, y se eliminan intermediarios.

- c) **Un componente ecológico.** Que tenga en cuenta la biodiversidad y la protección de los suelos que estén directamente vinculados con la seguridad y continuidad de la producción agraria del futuro. Además se asegura que durante todo el proceso de su producción esté libre de elementos tóxicos.
- d) **Un componente técnico.** Donde destacan los controles de los diferentes eslabones de la cadena alimentaria para garantizar que a los consumidores lleguen alimentos de buena calidad. Fortalecimiento de las redes de distribución y compra ligándolas a los movimientos sociales existentes, tanto en el Norte como en el Sur, implantando precios transparentes para el productor y el consumidor.

Las Organizaciones de Comercio Alternativo y Solidario¹⁷ (OCAS) existentes en nuestro país se caracterizan por su diversidad. Hay dos grupos claramente diferenciados: por un lado, existen organizaciones importadoras que posteriormente distribuyen los productos a otras OCAS, tiendas solidarias e incluso tiendas de mercado tradicional. Y por otra, encontramos también organizaciones que se dedican a la venta al detalle (bien comprando a los productores del Sur, o bien a través de importadoras) en tiendas.

La mayoría acude con relativa frecuencia a ferias, jornadas o encuentros donde ofrece sus productos, siendo también habitual la participación de redes de voluntarios vendedores. Otras apuestan por sistemas alternativos de comercialización, tales como la venta por catálogo, la distribución a instituciones públicas o privadas, el sistema de franquicias o el autoconsumo.

En 1996, se creó la Coordinadora estatal de Comercio Justo (CECJ), cuya finalidad es potenciar el Comercio Justo en nuestro país; fomentar el debate, informar y sensibilizar, promover el Comercio Justo y velar por el cumplimiento de sus criterios así como mantener la coordinación con otras redes internacionales.

4.2. El Consumo Responsable

Es esencial cambiar de estilo de vida. Hacia la simplicidad voluntaria, la sencillez en el vestir, la austeridad en el comer, un consumo responsable. Una actitud crítica ante el bombardeo de la publicidad y la implantación de modelos de consumo con vocación universal. Buscar la equidad, proteger los recursos naturales para garantizar las oportunidades de desarrollo de las generaciones futuras. Orientarnos bajo esa perspectiva de la sobriedad, eso que se viene denominando las tres «erres»; **reducir** (ocuparse de lo esencial, calidad por encima de la cantidad), **recuperar** (reciclar todo lo que se pueda, no desechar los objetos mínimamente dañados), **respetar** base de todas las medidas.

¹⁷ www.comerciojusto.org

Caminar hacia pautas de consumo universalizables. Ningún hábito de consumo puede considerarse aceptable si es intrínsecamente imposible de universalizar. Por ejemplo, las dietas altamente cárnicas que prevalecen en los países del Norte no son moralmente aceptables, ni generalizables para el conjunto de la humanidad. Hoy, más del 40% de los cereales del mundo y más de la tercera parte de las capturas pesqueras se emplean para alimentar la excesiva campaña ganadera de los países del Norte.

En definitiva, siguiendo algunas de las orientaciones de Daniel Miller, quien afirma que «estamos ante una nueva época (...) donde los consumidores somos aquellos que podemos transformar la sociedad a través de nuestros actos soberanos (...) siempre y cuando estas decisiones estén cargadas de información crítica, sentido ético, de justicia y de responsabilidad universal».

Y descendiendo a la cotidianidad del acto de la compra, las guías de «Comercio Justo» y «Consumo Crítico» nos ofrecen una información muy detallada y sugerente que recoge una diversidad de indicadores a la hora de elegir los productos que sean coherentes con el estilo de vida que venimos proponiendo:

- ❖ No es suficiente con proclamar criterios nuevos. No se trata sólo de denunciar, reivindicar. Necesitamos gestos personales y compartir con otras personas nuestra visión, aunar voluntades en direcciones precisas de «nueva economía».
- ❖ Tratar de desconectar el nivel de crecimiento económico con la consecución de felicidad en los países ricos como el nuestro (más dinero no es igual a más felicidad). Sin embargo queda mucho trecho aún en los países empobrecidos. Mayor ingreso de rentas, va de la mano con mayor grado de bienestar para satisfacer las necesidades básicas.
- ❖ Situar en primer lugar las relaciones con la familia, amigos y vecinos, profundizar en la trama relacionar. Reírse más, vivir con menos prisa, trabajar menos y gastar menos en bienes materiales y fomentar la trama relacional y de convivencia comunitaria.
- ❖ Apoyar los pequeños comercios de barrio. Apoyar las tiendas de «Comercio Justo». Compra de productos de agricultura biológica; Consumir productos provenientes de comercio justo es un acto de solidaridad y de justicia, hacia muchos productores de los países pobres.
- ❖ Primar algunas marcas y empresas frente a otras en función del conocimiento disponible en cuanto a su conducta de transparencia en la información de sus productos y que son generadoras de empleo.
- ❖ Evitar las grandes cadenas de comida rápida por sus implicaciones en primar la ganadería intensiva en regiones de países pobres, en sustitución de cultivos tradicionales.
- ❖ Preferir un producto concentrado en un gran envase frente a envases pequeños, eligiendo si es posible vidrio (reutilizable), cartón frente a tetrabrik. Preferir frutas y verduras al peso frente a las ya envasadas. Preferir fruta de temporada frente a la de cámara. Llevar a la compra nuestra propia cesta, bolsas de tela, para evitar consumir las ingentes cantidades de bolsas de plástico de los supermercados.

- ❖ Cuidar el aislamiento de nuestras casas de puertas y ventanas. Elegir electrodomésticos respetuosos con el medio ambiente y de bajo consumo. Lo mismo para las bombillas. Elegir el transporte público frente al vehículo privado, siempre que sea posible. No utilizar el coche para pequeñas distancias.
- ❖ Todo lo que usamos lleva asociado un componente de gasto energético y la producción de nuestros vehículos, aparatos eléctricos, edificios, nuestra ropa y nuestros alimentos absorben la mayor parte del consumo energético global.
- ❖ Invertir los ahorros en bancos y empresas con trayectoria ambiental y el respeto a los derechos laborales. «El dinero no es neutro, está cargado de ideología»; Y lo mismo cabría decir de los Fondos de Inversión. Disponer de información de sí esas empresas o bancos están implicados o financiando la economía de la guerra o contribuyen a la invasión de impuestos hacia los llamados paraísos fiscales.
- ❖ Tomar conciencia de la fuerza que podemos ejercer como consumidores. El ejercicio de nuestra libertad tiene potencialidades para orientar las economías. Las denuncias con fundamento y rigor en el análisis debilita los productos que atentan contra la dignidad y el medio ambiente. Ejercer la presión ciudadana en los organismos locales de gestión... haciendo un seguimiento y cumpliendo las normativas internacionales para una vida más saludable.

5. EL COMPROMISO DE LA CONFEDERACIÓN CÁRITAS

5.1. El compromiso de Cáritas Diocesana

Las Cáritas Diocesanas han de ser cauce de comunión de bienes de toda índole entre las comunidades parroquiales y han de apoyar, con los recursos que lleguen a tener a su disposición, las obras y los servicios impulsadas por ellas mismas o que otras instituciones eclesiales que fomenten de acción socio-caritativa. Las acciones de Cáritas deben ser, en la medida de lo posible, experiencias y estímulos para un nuevo modelo de convivencia social.

La Identidad de Cáritas promueve en la comunidad cristiana y en la sociedad el compromiso de solidaridad con todos los pueblos. Por eso debe sentirse llamada a estar junto al mundo de los empobrecidos, sin distinción de lengua, color o procedencia; a discernir lo justo de sus reclamaciones y a ayudar a hacerlas realidad; a dar a conocer la situación de pobreza, difundiendo informes y reclamando toda clase de ayuda para sus iniciativas.

Se trata de abrir espacios concretos de solidaridad y compromiso; realizar una tarea de difusión, información y acercamiento del «Comercio Justo», sensibilizar a las comunidades (cristiana y civil en general) fomentando actitudes solidarias, haciendo tejido social poroso y flexible, capaz de dar cabida a las diferentes culturas y países. Además, se deben suscitar espacios de encuentro y debate y fomentar las tiendas de comercio justo, tanto de bienes locales (Empresas de Inserción, Talleres Ocupacionales...) como los productos del Sur.

Entre las actividades que, con carácter genérico Cáritas puede promover o realizar en sus diferentes niveles y ámbitos de actuación, destacamos cuatro:

- a) Las Campañas de sensibilización y denuncia.** Las campañas juegan un papel básico en la sensibilización social y en la presión a los poderes públicos. Han sido significativas entre otras y a título de ejemplo, las campañas «Ropa Limpia», «Cambiemos las PAC», «Deuda Externa ¿deuda eterna?». «La marcha global contra la explotación del trabajo infantil», «por la fabricación de medicamentos genéricos contra el SIDA por parte de los países pobres y sin pago de patentes a las grandes compañías farmacéuticas»... Las líneas generales que se siguen se caracterizan por:
- ◆ La fijación de unos objetivos claros y sencillos con un plazo preciso;
 - ◆ El llamamiento hecho a un sentido de justicia;
 - ◆ El establecimiento de una amplia coalición de las organizaciones de la sociedad civil;
 - ◆ Una labor de estudio y seguimiento de gran calidad que permite elaborar mensajes;
 - ◆ La intensa utilización de los medios de comunicación acompañados de manifestaciones y acciones simbólicas dirigidas a la ciudadanía.

- b) El poder de la denuncia pacífica cargada de verdad.** Se trata de una alternativa que entronca con la luminosa tradición de los movimientos de protesta no violenta, como Gandhi, que dio un tinte fundamentalmente filosófico a la «fuerza de la verdad», como el espíritu de la «América Negra» de reivindicación de los derechos civiles, que surge del testimonio de la señora Parks, que se negó a ceder el asiento a los blancos por el mero hecho de serlo, reivindicando con ello el derecho a la igualdad y el respeto a la dignidad irrenunciable de cada persona.

Es necesario asegurar el derecho a la información y a la elección de los consumidores y usuarios sobre lo que adquieren o toman. Un camino de reclamación y denuncia que ofrece óptimas posibilidades de influir sobre los departamentos comerciales de las grandes corporaciones industriales para que adapten sus métodos de producción a las exigencias de los consumidores son los *Servicios de Atención al Cliente*, los *teléfonos permanentes de información* y las páginas web que un número cada vez mayor de fabricantes incluyen como información de referencia en sus productos.

Urge sacar la máxima rentabilidad a esos mecanismos que los propios fabricantes han ido articulando para «fidelizar» a sus consumidores y ofrecerles nuevas garantías de calidad, de forma que podamos ser los propios consumidores los que, desde la óptica del consumo responsable, reconvirtamos el objetivo inicial de esos instrumentos para transformarlos en *canales de reclamación, interpelación y denuncia directa a los propios fabricantes* de los aspectos éticamente más rechazables de sus prácticas comerciales.

- c) Involucrar a las estructuras y organizaciones de la sociedad civil.** Deben utilizarse los foros universitarios, políticos o religiosos para hablar de la crisis global de la sostenibilidad, y aprovechar los boletines, circulares o publicaciones para divulgar estos temas. Las estructuras de la Iglesia, de los movimientos sindicales o de las asociaciones ciudadanas ofrecen grandes posibilidades de contribuir a extender otra ética del consumo y la sencillez. Asimismo, **pueden aprovecharse el acceso a los medios de comunicación a través de editoriales**, cartas al director, teléfonos del oyente, etc., y de reportajes sobre las actividades ambientales de la comunidad.
- d) Dar a conocer las tiendas y opciones del comercio justo** dentro y fuera de la Confederación. Según la encuesta del CIS¹⁸ el 36% de la población española conoce o ha oído hablar del Comercio Justo, y eso es gracias a la sensibilización llevado a cabo por las organizaciones, pero como se puede apreciar la inmensa mayoría (63%) «nunca» ha oído hablar de este tipo de comercio o en ocasiones lo confunden con las ofertas de las grandes superficies.

La población con la que habitualmente trabajamos en los centros y servicios, en las estructuras de la Iglesia en general, existe una potencialidad para dinamizar y dar a conocer «otra forma de producir y otra forma de consumir». Ello implica que desde las parroquias se realice toda una labor de sensibilización.

¹⁸ Encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) realizada entre la población española en mayo de 2001.

5.2. Orientaciones de futuro Confederación ante el comercio justo

En la actualidad, Cáritas tiene un trabajo de comercio justo diverso extendido por la Confederación que incluye un número significativo de tiendas, así como la participación en redes locales de comercio justo con otras entidades sociales y eclesiales afines. Hasta el momento, han sido experiencias y proyectos principalmente de ámbito diocesano, al mismo tiempo que se está consolidando un proceso de coordinación de estas actividades en el seno de la Confederación. Por otra parte, existen en nuestra confederación también tiendas que se encargan de la venta de los productos resultantes de nuestra red de empleo, ya sea producciones de talleres de empleo, empresas de inserción o actividades de reciclaje, principalmente de ropa.

El tiempo actual de la globalización está acercando los problemas del Norte y del Sur. En nuestra propia realidad, la abundante llegada de inmigrantes nos ayuda a entender ese estrecho vínculo entre las realidades local e internacional a través de la globalización —lo que pasa en nuestras calles y en sus países de origen, de los que se vieron obligados a salir por la falta de oportunidades¹⁹—. Por otra parte, nuestra actividad tiene lugar tanto en el territorio español como en otros países, lo que nos da una visión desde las dos orillas de la realidad. Y, además, tenemos un alto número de puntos de contacto con la comunidad cristiana y el conjunto de la sociedad a través de la red de locales y parroquias con implantación de Cáritas. Esta lectura de la realidad plantea algunas oportunidades que es importante aprovechar:

- a) Avanzar hacia sistemas de **trabajo en red** que permitan distribuir productos en toda la confederación desde el exterior y a un coste menor por el volumen de las compras.
- b) Procurar **unificar puntos de venta** de comercio justo, comercialización local y productos atractivos para las comunidades de inmigrantes. De esta forma se propiciará un mayor contacto entre los ciudadanos recién llegados y quienes llevamos toda la vida aquí en espacios informales.
- c) El potencial de **implantación de espacios y tiendas** de comercio justo o alternativo en la Confederación Cáritas es muy alto.
- d) Asimismo, el multiplicar los puntos de venta, diversificar los productos y vincularlos con la comercialización de productos para los inmigrantes, nos ayudaría a **promover la popularización** del comercio justo y **la sensibilización** sobre el consumo responsable y las injustas reglas de la economía y el comercio mundial.

¹⁹ Ver «Nadie sin futuro», documento de trabajo de Cáritas Española sobre el hecho migratorio.

6. LOS OBJETIVOS DEL MILENIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional afecta a la vida cotidiana de miles de millones de personas en el mundo entero cada día, y se enmarca en el mencionado proceso de globalización. Pero la sociedad civil global, a través de sus diferentes actores —organizaciones y movimientos sociales, iglesias y otros colectivos— viene promoviendo y llevando adelante diferentes actividades y campañas para abordar esta realidad.

En septiembre de 2000, los 189 países miembros de las Naciones Unidas aprobaron en su Asamblea General los objetivos de desarrollo del milenio, que establecían metas concretas que comprometen a la comunidad internacional en su conjunto —países ricos y pobres— para el año 2015 en términos de pobreza, nutrición, salud, educación, lucha contra el SIDA y otras enfermedades y sostenibilidad ambiental; dicho de otro modo, garantizar para todos la disposición de todos esos bienes públicos globales a la que la declaración de los derechos humanos nos da derecho por el hecho de ser personas.

Desde Cáritas entendemos que los objetivos del Milenio sólo se conseguirán si todos los gobiernos, tanto de países ricos como de países pobres, instituciones internacionales, la sociedad civil y sus ciudadanos, comparten su responsabilidad en ello. Corresponde a las organizaciones de la Sociedad Civil promover «un desarrollo a escala humana» y hacer un seguimiento de los compromisos asumidos por los gobiernos y pedir responsabilidades acerca de su aplicación. Para conseguirlos serán necesarias reformas que afectan al sistema mundial que incluyen: aumentar la ayuda al desarrollo (cumplir de una vez el compromiso de destinar a ello el 0,7% del PIB), condonación de la deuda, cambios en las reglas y condiciones del comercio internacional, la implantación impuestos sobre el capital especulativo.

Nos centraremos ahora en aquellas **propuestas que tratan más directamente cuestiones relacionadas con el comercio internacional**, expresando con claridad que están directamente vinculadas a las que figuran después, de manera resumida.

6.1. Promover un modelo sostenible de agricultura. La alimentación como un derecho humano, concepto que tiene un alcance ético, pero también legal y político

El Artículo 11 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966, determina la obligación de los Estados y de la Comunidad Internacional de respetar, proteger y satisfacer el derecho a la alimentación, lo que implica que la ayuda a los países pobres y colectivos vulnerables debería enfocarse más desde un criterio de justicia y obligatoriedad que desde un criterio graciable.

La elaboración de **un Convenio Internacional por la Soberanía Alimentaria** como marco político orientador en el tratamiento de la agricultura y la alimentación a escala global. **Que los estados mantengan su derecho efectivo a proteger, apoyar y promover sus sistemas nacionales de producción agropecuarios** apoyados sobre un modelo de producción basado en la explotación familiar sostenible, diversificada, destinada a abastecer los mercados interiores. La agricultura sustentable tiende a ser una agricultura de temporada y orientada básicamente al consumo local evitando siempre que sea posible los largos transportes que encarecen los productos y son costes añadidos al medio ambiente. Es decir una filosofía **«de la granja a la mesa»**.

6.2. La eliminación de subvenciones y del dumping en las exportaciones agrarias terminando con una práctica que socava el potencial que tiene el Sur para crear una producción agropecuaria de valor añadido. Eliminar el doble rasero del proteccionismo en el Norte y la liberalización de los mercados en el Sur

Los mercados para productos como el azúcar, los cereales, la leche y algunos aceites comestibles están dominados por los países ricos que subsidian a sus propios agricultores. Actualmente, los países de la OCDE invierten aproximadamente 1 billón de dólares al día en sus sectores agrícolas –más de seis veces su ayuda total a los países pobres—. Lo que es más importante, sus subsidios dan como resultado el dumping²⁰ con importaciones baratas que excluyen a los campesinos de países pobres.

Los países del Norte también bloquean la importación de productos agrícolas provenientes de los que están en vías de desarrollo a través de aranceles entre otras medidas. La reducción de tales barreras crearía empleos y sacaría a millones de personas de la pobreza. Los países pobres que exportan a países industrializados se enfrentan con aranceles cuatro veces más altos que los que se aplican a los países ricos.

Juntos, los subsidios y los aranceles distorsionan el mercado y arruinan los modos de vida de los pequeños agricultores y comunidades. Los donantes deberían poner fin a estas prácticas y ayudar a financiar la agricultura sostenible. Asimismo, es necesario tomar conciencia de la perversa práctica que representa para un modelo de comercio justo **el neocolonialismo agrícola practicado por las poderosas corporaciones agroalimentarias del Norte**, mediante la adquisición de vastas extensiones de tierras productivas en unos países del Sur cada vez más empobrecidos a causa del endeudamiento exterior y que son destinadas a la producción intensiva de bienes agrícolas ajenos al medio ambiente local. Estos productos, obtenidos a muy bajo coste merced a la baja remuneración de la mano de obra nativa, tienen como destino los mercados del Norte, donde satisfacen la insaciable demanda de los consumidores de los países ricos.

²⁰ Documento Caritas Internationalis/CIDSE. «Campaña Internacional sobre objetivos del Milenio». Octubre 2003.

6.3. Garantizar que los acuerdos sobre propiedad intelectual sean aplicados de manera que garanticen el derecho de los estados de proteger la salud pública y de promover el acceso a los medicamentos para todos, independientemente de la capacidad de producción local de cada país

CIDSE/CI²¹ reconocen que cierta protección es necesaria para premiar la innovación. Sin embargo, el excesivo nivel de protección incluidos en los Aspectos de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) crea monopolios de concentración de poder en el desarrollo agrario, y en la salud, lo que puede restringir la difusión del conocimiento y llegar a excluir a amplios sectores de la sociedad de los beneficios derivados de dichos conocimientos. La declaración sobre ADPIC y salud pública, aprobada en noviembre de 2002 durante la Conferencia Ministerial de la OMC en Doha, afirma la primacía de la salud pública sobre los derechos de propiedad intelectual, así como el derecho de los gobiernos a hacer uso pleno de las salvaguardas sobre la salud pública.

El propio Juan Pablo II denunció la tragedia del SIDA y afirmó que «la humanidad no puede cerrar los ojos ante un drama tan alarmante» y mando un mensaje de una dureza sin precedentes contra las compañías farmacéuticas que fabrican y venden medicamentos y que se niegan a bajar los precios, fueron calificados de genocidas. Por su parte el arzobispo alemán Paul Josef Cordes, presidente del Consejo Pontifical Cor Unum, encargado de coordinar la acción caritativa de la Iglesia afirmó «Es la acción genocida del cartel de las empresas farmacéuticas, que se niegan a hacer las medicinas más asequibles en África, mientras han declarado 517.000 millones de dólares de beneficios. Estas empresas podrían fácilmente salvar las vidas de 25 millones de personas que viven en el África Subsahariana, que son seropositivas y corren el riesgo de morir de SIDA»²².

Los acuerdos sobre los ADPIC carecen de medidas para proteger los conocimientos tradicionales, permitiendo a las compañías apropiarse del conocimiento colectivo para obtener ganancias particulares. El grueso de los recursos fitogenéticos del mundo se encuentran en el Sur, sin embargo, es un pequeño número de corporaciones del Norte quien controla más del 86% de las patentes de las plantas.

6.4. La OMC debe reorientar su actividad y servir al fin del desarrollo humano a través del comercio, impulsando los objetivos de Desarrollo del Milenio

Ello implica que la OMC se oriente hacia una mayor atención a las necesidades de los países en desarrollo, que siguen encontrando obstáculos comerciales, técnicos y financieros que les impiden beneficiarse del régimen comercial internacional actual. Es necesario promover un sistema de toma

²¹ CIDSE. Cooperación Internacional para el Desarrollo y la Solidaridad. CI. Caritas Internationalis.

²² Rueda de Prensa, Presentación del Mensaje de Cuaresma. Agalos D'Agostino. Jesuita y Médico.

de decisiones más igualitario y transparente. La democratización de sus operaciones; particularmente en lo que se refiere a procedimientos de resolución de litigios; y conseguir el cese definitivo de toda tentativa de introducir el fallido Acuerdo Multilateral sobre Inversiones (AMI) en la OMC.

Y señalamos, para concluir, aquellas otras cuestiones de alcance global muy vinculadas al comercio y a las que es preciso prestar una especial atención y llevar adelante acciones:

a) Cancelación de una deuda externa insostenible, destinando esos recursos al desarrollo humano y a cumplir los objetivos de desarrollo del milenio.

La deuda es un importante obstáculo para la consecución del objetivo de proporcionar agua segura, alimentos, educación y cuidados sanitarios en todos los países pobres altamente endeudados. La condonación de la deuda aprobada hasta la fecha tan sólo ha afectado a 21 países, siendo imperativo una condonación mucho más amplia, total en el caso de los países de África Subsahariana y el resto de países menos adelantados del planeta. Asimismo, es preciso cambiar los sistemas de control de los créditos y de negociaciones. Para ello, hay que garantizar un procedimiento abierto, justo y transparente de negociación que salvaguarde los derechos sociales de los países deudores –impidiendo que se pague sin antes cubrir el mínimo esencial de toda su población en ese ámbito– y reparta equitativamente las responsabilidades entre deudor y acreedores.

b) Abordar las migraciones desde una visión integral, teniendo presente la necesidad y el derecho de cada ser humano a tener un futuro digno, en su país de origen o en el de llegada.

El problema no es la inmigración sino la mala distribución de la riqueza. Más fuerte que el efecto llamada –al que recurrimos para explicar los fenómenos– es el efecto expulsión, resultado de una desesperanza radical en sus países de origen. La presión creciente de la inmigración sólo disminuirá cuando los países económicamente desarrollados entendamos que nuestro bienestar no puede plantearse al margen de la situación de otros pueblos. Para ello es imperativo, de nuevo abordar las necesidades de desarrollo de los países de origen, así como garantizar un trato humano y acogedor en las sociedades de llegada. Por ello, resulta decisivo poner en marcha una estrategia global de co-desarrollo, al tiempo que trabajar para garantizar y profundizar en los derechos y deberes de los inmigrantes de nuestra sociedad.

c) Aumentar la ayuda al desarrollo hasta el comprometido 0,7% del PIB, y enfocarla enteramente hacia la lucha contra la pobreza y la consecución de los objetivos de desarrollo del milenio.

Para alcanzar dichos objetivos, informes independientes indican que es preciso, al menos duplicar el actual volumen de AOD (que está situado en 54.000 millones de dólares). Igualmente, es preciso reorientarla para que sirva a sus objetivos genuinos, que ahora están muy claros y consensuados, y evitar la tentación que algunos países donantes ya han expresado de desviar recursos de la AOD hacia la seguridad global considerándolo como aportación al desarrollo, en el marco de «guerra al terrorismo».

A modo de conclusión

La meta no es dominar la naturaleza, sino la técnica, las fuerzas sociales irracionales y las instituciones que amenazan la supervivencia de la sociedad y de toda la especie humana. Una visión de sabiduría que, no es otra cosa que integrar la actividad humana en los ciclos de la naturaleza, trabajo digno, comercio justo, aprovechamiento en vez de despilfarro, cooperación y equidad entre el Norte y el Sur, descentralización a escala adecuada, consumo responsable.

En nuestra búsqueda de un nuevo futuro no podemos desprendernos del legado de San Francisco, modelo donde se combina la justicia social para todos con el ideal espiritual de simplicidad y frugalidad, señales que indican la dirección correcta en la nueva reconstrucción. Es necesaria una nueva actitud ante la vida que se rija por otros parámetros, donde se combine y se den cita al mismo tiempo lo espiritual, lo económico y lo ecológico. El ser frente al tener; ética frente a «estética»; compartir frente a competir; sencillez frente a superfluo; calidad frente a cantidad; diversidad frente a uniformidad; gratuidad frente a utilitarismo. Estamos ante la necesaria creación de personas que sueñen con la imagen de una sociedad donde la convivencia, la fraternidad, la equidad, la justicia y un planeta sostenible sean posibles.