

América Latina reescribe el sentido del Comercio Justo certificado: un desafío para las ciencias sociales de la región

Latin America rewrites the meaning of certified Fair Trade:
A challenge for social science in the region

Marco Coscione¹

marco.coscione@gmail.com

Resumen. El Comercio Justo certificado se encuentra en una profunda crisis: sus estándares se diluyen cada vez más y se mezclan, muy a menudo, con intereses de actores que poco tienen que ver con el compromiso social y de lucha de los que los antecedieron. El sentido mismo de las palabras “comercio justo” puede estar cambiando. En este escenario, los pequeños productores latinoamericanos están proponiendo nuevos caminos para ir rescribiendo, desde abajo y desde el Sur, las relaciones de fuerza y las reglas del juego que predominan en los circuitos globales “justos”.

Palabras clave: comercio justo, América Latina, pequeños productores, CLAC, Fundeppo.

Abstract. Certified Fair Trade is in a deep crisis: its standards are being increasingly diluted and often mixed with the interests of actors who have little to do with the social commitment and struggle of those who preceded them. The very meaning of the words “fair trade” may be changing. In this scenario, small Latin American producers are proposing new ways to rewrite, from below and from the South, the balance of power and the rules prevailing in the global “fair” circuits.

Key words: fair trade, Latin America, small producers, CLAC, Fundeppo.

Introducción: a más de seis décadas de las primeras relaciones comerciales solidarias

El movimiento por un comercio con justicia lleva ya más de seis décadas desde sus orígenes. Las opiniones de los pioneros coinciden en que estos tipos de relaciones comerciales solidarias comenzaron concretamente hace 66 años en Estados Unidos, donde el *Mennonite Central Committee*, con el programa *Self-Help Crafts* (ahora *Ten Thousand Villages*), empezó a importar bordados desde Puerto Rico y donde, siempre a finales de los años cuarenta,

SERRV International empezó a tejer relaciones comerciales con varias comunidades marginadas de los países del Sur y con grupos profundamente discriminados.

Casi veinte años después, en 1964, se celebró en Ginebra el inicio de los trabajos de la UNCTAD, entidad intergubernamental permanente de la Asamblea General de la ONU, al interior de la cual los llamados países no alineados defendieron una visión de desarrollo alternativa, que iba más allá de la ayuda internacional. En los trabajos de la UNCTAD se difundieron las ideas claves de su fundador y primer secretario general, Raúl Prebisch, quien consideraba el subdesarrollo un claro legado

¹ Fundación Global Democracia y Desarrollo (Funglode). Calle Capitán Eugenio de Marchena 26, La Esperilla, Santo Domingo, República Dominicana (www.funglode.org).

del colonialismo y la consecuencia de los intercambios desiguales entre el Norte y el Sur.

Poco a poco, iba perfilándose la necesidad de construir un “Nuevo Orden Económico Internacional”, para revertir el proceso de empobrecimiento que los países menos adelantados seguían sufriendo a causa de la dependencia económica, tecnológica, financiera y cultural del Norte, del constante y creciente desequilibrio de las balanzas de pagos, así como a causa de la disminución de los precios de las materias primas que exportan con relación a los productos manufacturados que importan. El programa integrado de materias primas fue una de las primeras apuestas para la concretización de un posible nuevo orden: proponía una serie de acuerdos internacionales sobre diez bienes (café, cacao, té, azúcar, fibras duras, yute, algodón, caucho, cobre y estaño), con “un margen negociado de precios que pueda ser revisado regularmente de tal manera que los precios mínimos se mantengan en niveles que tengan una apropiada relación a la inflación mundial; y reservas, combinados con otras medidas, para defender el margen negociado de precios” (Hulugalle, 1977, p. 157).

Sin embargo, los acuerdos específicos entre los gobiernos (“desde arriba”) no siempre tuvieron éxito, y la idea de un nuevo orden fracasó rápidamente por la oposición de los países desarrollados y la poca cooperación Sur-Sur, con África y América Latina por un lado y Asia por el otro. A partir de ese momento, redes de ciudadanos, asociaciones u ONG, sobre todo en Europa y Estados Unidos, hicieron propio el lema de la UNCTAD (*Trade not Aid!*), empezando a importar productos artesanales directamente de los productores del Sur, sin pasar por intermediarios. Comenzaron a construir “desde abajo” redes comerciales justas y solidarias.

Desde la segunda mitad de los años '60 se multiplican las tiendas y los programas de cooperación dedicados al comercio justo. A partir de la segunda mitad de los años ochenta, nacieron y se consolidaron organizaciones que trabajan casi exclusivamente y profesionalmente en ello, así como plataformas continentales. Esos años fueron fundamentales también para América Latina, porque las experiencias de las organizaciones de productores se expanden a todo el continente.

En 1988, gracias al protagonismo de los pequeños productores latinoamericanos y al apoyo de los consumidores europeos, se crea el primer sello de garantía de comercio justo:

la certificación Max Havelaar. Esta experiencia se difunde rápidamente entre los países europeos y de Norteamérica, hasta el año 1997, cuando se unifican las diferentes iniciativas de sello nacionales y se crea la *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO, hoy Fairtrade International) que gestiona la certificación *Fairtrade*, la más conocida y usada a nivel internacional.

Hoy día, FLO está conformada por 19 iniciativas de sello Fairtrade en 24 países (Alemania, Australia y Nueva Zelanda, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Estonia, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Japón, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Países Bajos, Noruega, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Reino Unido), por tres organizaciones de marketing que comercializan y promocionan los productos Fairtrade en Corea (*Europe-Korea Foundation*), Hong Kong (*Fairtrade Hong Kong Foundation*) y la República Checa (*The Czech Fair Trade Association*), y un miembro asociado (Comercio Justo México).

A estos miembros se suman las tres redes de productores quienes, según el Libro Blanco de FLO (2007, p. 6), representan el “corazón del sistema”: *Fairtrade Africa*, anteriormente *African Fairtrade Network* (AFN), la *Network of Asian Producers* (NAP) y la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC).

En un marco global caracterizado por profundas crisis, donde los países del Norte están cada vez más convulsionados y donde las propuestas más interesantes de alternativas de y al desarrollo sostenible nos llegan desde el Sur, los pequeños productores latinoamericanos de Comercio Justo sellado, representados por la CLAC, están asumiendo un papel cada día más protagónico en la defensa de los principios originarios del movimiento por un comercio con justicia y proponiendo nuevas perspectivas para su desarrollo: ya no solamente Norte-Sur, sino también Sur-Norte y Sur-Sur. Al mismo tiempo, están liderando un proceso de profundo repensamiento del Comercio Justo certificado *Fairtrade*, externando inquietudes y lanzando propuestas concretas, tanto para fortalecer este tipo de comercio en sus realidades locales, nacionales y regionales, como para promover un profundo cambio en la gobernanza interna del sistema FLO.

En este texto evidenciaremos la importancia de repensar y reescribir el comercio justo desde el Sur; en particular desde América Latina, continente que desde los inicios de las

experiencias de certificación *Fairtrade* ha jugado siempre un papel de liderazgo, tanto en las relaciones comerciales como en la participación política al interior del sistema de gobernanza de FLO. En vista de los próximos cambios en la estructura organizativa de FLO, analizar el planteamiento político de las organizaciones de pequeños productores de la región latinoamericana es de suma importancia.

Crisis interna y replanteamientos desde el Sur

Si las mejores contribuciones a las ciencias sociales, en los más variados ámbitos de la economía solidaria, nos llegan en gran medida desde los países del Cono Sur (como Brasil, Argentina, Uruguay o Chile), entre los estudios más profundos y actualizados sobre el Comercio Justo certificado por la *Fairtrade Labelling Organizations International* (más conocida como FLO) aún predominan las visiones académicas de Norteamérica y Europea.

El concepto de economía solidaria, sombri-lla debajo de la cual encontramos también las prácticas de comercio justo, es de origen latinoamericano: el chileno Luis Razeto fue quien lo desarrolló teóricamente a principios de los '80. Razeto (sin fecha) define la economía solidaria como:

una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad.

Al contrario, la definición de comercio justo llega principalmente desde actores del Norte, sobre todo europeos. En 2001, la *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO), IFAT (*International Fair Trade Association*, actualmente *World Fair Trade Organization*), el *Network of European Worldshops* y EFTA, la *European Fair Trade Association*, acordaron la siguiente definición común:

El comercio justo es una asociación comercial que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto y que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando el cumplimiento de los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de comercio justo (respaldadas por los consumidores) están comprometidas activamente y prestando su apoyo a los productores, despertando la conciencia pública y luchando por cambiar las normas y prácticas habituales del comercio internacional.²

Esta definición ha sido cuestionada sobre todo desde el Sur, por no subrayar el enorme potencial de transformación y construcción desde debajo que el comercio justo representa en cuanto catalizador de un modelo de desarrollo más humano, más sostenible, más respetuoso y en armonía con la madre naturaleza. El continuo planteamiento de nuevas perspectivas ha llevado a los latinoamericanos a considerar, en palabras de Alfonso Cotera Fretel (2007, p. 106), una perspectiva más “integrada o auto-centrada”, a través de la cual se entienda que el comercio justo no es solo “una estrategia de promoción local sustentable, sino, además, de [...] generación de empleo, relaciones de equidad entre mujeres y hombres y entre generaciones, y de movilización de valores éticos culturales para el desarrollo desde el espacio local”.

Desde el Sur, sin embargo, no se critica solamente la definición de comercio justo, sino también sus prácticas concretas. La cuestión no es puramente semántica y las ciencias sociales de los países del Norte hace tiempo han captado y analizado los cuestionamientos internos del movimiento y su crisis actual.

Hoy día, el actor que está protagonizando tanto las protestas en contra del alejamiento del comercio justo “institucionalizado” de los principios originarios del movimiento, como las propuestas por un nuevo entender y “caminar” el comercio justo a nivel internacional, es la ya mencionada CLAC. Constituida en agosto de 2004, durante la Quinta Asamblea Regional de la Coordinadora Latinoamericana de pequeños caficultores (Oaxaca, México), la CLAC es sin duda la más importante y más activa de las tres redes de productores del sistema FLO.

² Traducción propia del inglés al español. Original en inglés disponible en: <http://www.fairprocurement.info/en/fairtrade-publicprocurement/fairtrade>.

En el caso de esta coordinadora latinoamericana, que representa a más de 300 organizaciones de pequeños productores en 21 países de la región, hay una clara disociación entre las experiencias concretas de lucha y construcción desde abajo, y su presencia en las ciencias sociales de la región. En contra-tendencia con lo que ocurre con otros de los nuevos movimientos sociales latinoamericanos (por ejemplo, indígenas, ambientalistas, estudiantiles, trabajadores desempleados y empresas recuperadas, mujeres, campesinos y trabajadores rurales sin tierras, entre otros), las ciencias sociales no están dando, a mi juicio, la debida atención a los pequeños productores organizados de comercio justo.

Existen varias referencias al movimiento dentro de los estudios económicos y sociales de las realidades regionales de la economía solidaria; sin embargo, aún no se ha desarrollado, desde y en América Latina, un ámbito de estudio específico sobre el comercio justo.

Aunque muchos académicos no hayan todavía descubierto (o no quieran reconocer) el potencial “en movimiento” del comercio justo, éste puede ser considerado un “movimiento social contrahegemónico contemporáneo” (Shreck, 2005): como acto de resistencia (rehusando participar en todos los canales comerciales hegemónicos, tanto en el Sur como en el Norte), como acción redistributiva (redistribuyendo recursos entre Norte y Sur, como primer paso hacia una transformación más estructural) y como acción social radical (que influye positivamente en la transformación estructural del sistema, a pesar de luchar constantemente contra tres limitantes: la manera de pensar y conceptualizar el comercio justo, la imposición de las iniciativas del Norte al Sur, y la concentración del poder real en la parte intermedia de la cadena de suministro).

Actualmente, la parte del movimiento global que comercializa productos certificados se ve obligada a cuestionar su mismo desarrollo y los caminos que ha tomado en los últimos años, por la enorme diversidad interna que lo caracteriza y por la evolución negativa que ha conocido su centro de representación y regulación (la organización FLO) para responder al rápido crecimiento de un nicho de mercado en continua expansión. Como relata Víctor Pérezgrovas,³

[...] en 1999 y 2001, durante los encuentros internacionales, los productores presionamos fuertemente a las iniciativas nacionales para que pusieran en marcha campañas más agresivas que permitieran un aumento considerable de las ventas al consumidor y, por ende, de las compras a los productores, pero sin perder la esencia del movimiento. Las iniciativas nacionales, al contrario, decidieron contratar a “expertos” en mercadotecnia, directivos de corporaciones multinacionales y de industrias que, lógicamente, sabían de mercado pero no de comercio justo. Durante diez años, estos nuevos directivos mantuvieron a los productores bajo fortísima presión, sobre todo porque para “vender más” había que ofrecer un precio competitivo. Varias iniciativas nacionales tuvieron éxito y las ventas aumentaron, pero los beneficios para los productores fueron menores de lo que se esperaba (entrevista personal).

Nacida con el objetivo de unificar los criterios entre las diferentes iniciativas nacionales y para mejorar la gestión de las relaciones entre los productores del Sur y los compradores del Norte, FLO se ha convertido en un enorme aparato burocrático donde priman intereses poco claros y sobre todo de corto plazo. La visión estratégica de esta organización, según los pequeños productores latinoamericanos, se ha alejado profundamente de los principios originarios del comercio justo, diluyendo sus estándares, ampliando de manera visible el espectro de acción del movimiento y englobando, en sus circuitos, actores que nada tienen (ni quieren tener) que ver con el movimiento social que busca reequilibrar las relaciones comerciales globales y de esta manera redistribuir las riquezas. Estamos hablando de actores como los grandes supermercados globalizados o las plantaciones.

En la última década, los equilibrios y las fuerzas en juego en el movimiento han cambiado drásticamente. Tanto que, a finales de 2011, *Fair Trade USA* anunció su salida del sistema internacional FLO, aduciendo varias razones, pero principalmente para abrir sus circuitos comerciales a plantaciones, supuestamente responsables y sostenibles, en todos los diferentes rubros que hasta el momento no admiten plantaciones bajo el sistema de sello *Fairtrade*. Por ejemplo, café, cacao y azúcar, entre otros.

Certificar una plantación de café significaría para muchos estudiosos del tema, así como

³ Víctor Pérezgrovas, actual Coordinador de “Servicios de Capacitación y Asesoría para el Desarrollo” (Secades, México), fue el primer Presidente de la CLAC, periodo 2004-2006, y uno de los dos primeros representantes de los productores latinoamericanos y caribeños en la Junta Directiva de FLO, periodo 2003-2006.

para muchos pequeños productores, la “muerte del comercio justo”. Merling Preza, actual Presidenta de la Junta Directiva de la CLAC, lo explica de la siguiente manera:

Eso ya no es comercio justo. Los grandes siempre han estado en el sistema de mercado global y el comercio justo nació para que también los pequeños, explotados por los intermediarios, pudieran independizarse y acceder al mercado. Con la entrada de las plantaciones, los pequeños se verán totalmente desplazados, sobre todo en rubros como el café, producto símbolo de lo que ha sido hasta ahora el movimiento (entrevista personal).

Es cierto. El comienzo del Comercio Justo certificado tiene aroma a café y origen latinoamericano. De hecho, la mayoría de los casos de estudio que las diferentes disciplinas sociales (ciencias económicas, ciencias sociales puras, etnografía, antropología, ciencias políticas o relaciones internacionales, entre otras) utilizan para analizar el impacto de las redes comerciales justas consideran sobre todo experiencias cafetaleras mexicanas o centroamericanas. Los primeros pasos de la que hoy en día es la certificación Fairtrade los recorrieron juntos la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI, de Oaxaca, México) y la ONG holandesa Solidaridad. Nico Rozeen, de la ONG, recuerda así las palabras del productor cafetalero mexicano Isaías Martínez:

[...] que mi cooperativa pueda vender unos dos mil sacos de café a través del circuito comercial alternativo a las Tiendas del Mundo en Europa, es algo magnífico. [...] Pero supón que la cooperativa tiene una producción de catorce mil sacos. Dado que la venta a través del circuito alternativo es limitada, nuestros campesinos estarán obligados a vender los doce mil sacos restantes al precio corriente, mucho más bajo, del mercado internacional. Al hacer las cuentas finales, resulta que el efecto de esos dos mil sacos vendidos a un precio justo es prácticamente insignificante para los ingresos anuales de nuestros campesinos. El efecto real del comercio justo no puede reducirse únicamente al factor precio, ya que depende de dos cosas, es decir, precio multiplicado por volumen. Si el volumen es bajo, se trata de una política simbólica. Para nosotros el precio “justo” no es igual al precio real (Van der Hoff y Roozen, 2003, p. 67).

Abrir los canales del comercio justo a los supermercados tradicionales fue la vía para responder a la necesidad de los pequeños productores de colocar cada vez mayores volúmenes de sus productos en los mercados internacionales y para integrar al movimiento cada

vez más productores. Al mismo tiempo, fue la respuesta a la creciente demanda por productos justos y solidarios desde los consumidores del Norte.

Sin embargo, cuando se lanzó en Holanda el primer paquete de café con sello Max Havelaar, nadie podía imaginar que los pequeños productores, de actores protagonistas de esta nueva relación justa, se convirtieran en un actor más dentro de un marco comercial que, poco a poco, aceptaría en su interior otros esquemas productivos como las plantaciones o los productores no organizados bajo contrato.

Los argumentos de la CLAC en contra de las plantaciones, según Víctor Pérezgrovas, pueden resumirse de esta manera:

Defender a los trabajadores es un mandato de los sindicatos, no del comercio justo. Repartir el premio entre los trabajadores se llama “caridad”, no es el fruto del compromiso de los trabajadores con sus comunidades; además, el dueño de las plantaciones nunca va a reducir sus ingresos y para repartir las primas les pedirá más horas de trabajo a sus empleados. Pero lo más importante, por lo menos desde el punto de vista de nosotros latinoamericanos, es que certificando a las plantaciones se está validando un sistema productivo que es fruto de la colonización, la esclavitud y el despojo. Las plantaciones no se dan en territorios vírgenes y deshabitados: se dan expropiando terrenos a los grupos originarios y a los campesinos. Avalar el modelo de las plantaciones significa debilitar las luchas y las reivindicaciones del campesinado y de las comunidades indígenas en defensa de sus tierras y de sus territorios ancestrales (entrevista personal).

Además, en América Latina no hay producto de plantaciones que los pequeños productores no produzcan. Todavía hay muchas organizaciones de pequeños productores que no han entrado en el sistema y muchos de los productores que ya se benefician de la certificación Fairtrade aún exportan bajas cantidades de producto al comercio justo.

Conclusiones: desafíos futuros y el rol de las ciencias sociales de la región

Profundizar cada uno de estos aspectos es un interesante reto para la academia del continente latinoamericano. Aquí nos llevaría demasiado tiempo. Sin embargo, en este artículo quiero subrayar que, desde la creación de FLO, los pequeños productores latinoamericanos nunca han dejado de cuestionar el sistema global del Comercio Justo sellado y siempre han

propuesto nuevas acciones para ir rescribiendo, desde abajo y desde el Sur, los equilibrios de fuerzas y las reglas del juego que predominan en los circuitos globales “justos”.

En un interesante artículo publicado en 2009, Frans Van der Hoff, uno de los fundadores de la certificación Max Havelaar (antecedente nacional de la actual FLO), subraya algunos de los más urgentes desafíos del movimiento por un comercio con justicia. Aquí, quiero recordar solo uno de ellos: incrementar sustancialmente las prácticas democráticas al interior de las instituciones de comercio justo, así como dentro de las organizaciones de base de los productores.

Gran parte del proceso de innovación del comercio justo tiene que empezar por aprender de las experiencias de los productores del Sur, quienes de verdad están en la posición para entender los problemas reales y no los síntomas: “Los actores del Norte deben aprender a escuchar y respetar el punto de vista de sus socios del Sur. [...] Muchos actores del Norte creen que pueden solucionar los problemas rápidamente. No aceptan que se requiere tiempo para corregir las deformaciones socio-económicas que el sistema capitalista ha producido durante siglos.” Los productores del Sur saben muy bien que el problema no es la pobreza, sino la falta de control democrático sobre el sistema. Trasmitir estos mensajes desde la experiencia de los pobres [...] es quizás el legado más importante que el Comercio Justo puede dejar a las futuras generaciones” (Van der Hoff, 2009, p. 59, traducción propia).

Cuando hablamos de “falta de control democrático sobre el sistema”, estamos identificando un problema global, a mi juicio el principal problema de todas las crisis que están viviendo nuestras sociedades. Sobre todo una crisis civilizacional. Como dice el teólogo brasileño Leonardo Boff, en una entrevista de Osvaldo León (2008, p. 2 y 30), “la Tierra está enferma, busca un nuevo equilibrio y encontrar ese nuevo equilibrio va significar el sacrificio de muchas especies y muchos ecosistemas [...] vamos hacia un caos, pero el caos es siempre generativo [...] nunca es caótico, pero para generar tiene que destruir ese orden anterior”.

El comercio justo a nivel internacional también se encuentra en una profunda crisis: sus estándares se diluyen cada vez más, se mezclan muy a menudo con intereses po-

cos claros, con actores que poco tienen que ver con el compromiso social y de lucha de los que los antecedieron. El sentido mismo de las palabras “comercio justo” puede estar cambiando. Mi primera publicación sobre comercio justo (*Comercio Justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*) empezaba así: “Oxímoron. Según la Real Academia Española, ‘combinación en una misma estructura sintáctica de dos palabras o expresiones de significado opuesto, que originan un nuevo sentido’. ¿Ejemplos? Comercio justo, Economía solidaria, Finanzas éticas...” (Coscione, 2008, p. 9). Dada la actual coyuntura del movimiento internacional, ¿Será el caso de luchar en contra del sentido que el lenguaje actual (y sus prácticas) está confiriendo al comercio justo? O, más bien, es mejor entender de verdad en qué momento histórico estamos moviendo nuestras piezas, y cómo deberíamos moverlas para crear “un nuevo sentido”. ¿Será el caso de seguir batallando en contra de cualquier decisión se esté tomando en Bonn (sede de FLO), o quizás sea mejor construir una nueva casa, por ejemplo, desde América Latina?

Los futuros cambios en la gobernanza interna del sistema de certificación FLO, el fortalecimiento de la CLAC y el lanzamiento de una nueva certificación, el Símbolo de Pequeños Productores (cuyos objetivos principales son la diferenciación de los pequeños productores al interior de los circuitos justos y la apuesta por los mercados locales y nacionales en los países de la región latinoamericana), representan las nuevas luchas de los pequeños productores organizados de comercio justo en América Latina.

“Parte del contexto que nos llevó a este proceso”, comentaba Marvin López García, actual presidente de la Fundación de Pequeños Productores Organizados,⁴ durante la presentación del Símbolo en el encuentro anual de la *Specialty Coffee Association of America* (2011), “[...] es la concentración del mercado [en particular el mercado de los alimentos, N.d.R.] en pocas manos y lastimosamente los conceptos de producción sustentable y comercio justo han sufrido algunos cambios”. Con la participación de grandes productores, empresas mixtas o multinacionales, ¿en qué se diferencia el Símbolo de Pequeños Productores de las otras certificaciones que están proliferando?

⁴ Fundación creada para implementar adecuadamente el Símbolo de Pequeños Productores y gestionar todos los asuntos a ello relacionados. Véase www.spp.coop.

Es una iniciativa creada y propiedad de los pequeños productores del Sur para identificarnos en el mercado local e internacional [...] busca fortalecer las economías locales y crea un mercado y un mundo diferentes basados en valores y principios justos y solidarios. [...] El Símbolo de pequeños productores se basa en los principios y valores que dieron origen al comercio justo (SímboloPP, 2011).

Diferenciarse al interior del comercio justo y abrirse caminos en los mercados internos son tareas que pueden seguir siendo utópicas sin el apoyo de las instituciones públicas, del sector privado, de otros movimientos sociales rurales y urbanos, y también del mundo académico. En este sentido, despertar el interés de las ciencias sociales latinoamericanas por el Comercio Justo sellado representa otro desafío real para el movimiento, a pesar de que las principales necesidades y las prácticas cotidianas de las organizaciones aún no permitan a los pequeños productores identificarlo o enfrentarlo concretamente.

A esta interminable labor de incidencia política se dedica cotidianamente la CLAC, que, a pesar de su joven edad, ya asumió un papel protagónico dentro del comercio justo *Fairtrade*. Aunque desde el punto de vista comercial el comercio justo certificado intente reequilibrar las relaciones entre el Norte y el Sur a través de redes económicas justas y de la apuesta por el trabajo en cada uno de los anillos de la cadena comercial solidaria, en sus prácticas políticas y de gobernanza interna aún siguen predominando visiones eurocéntricas y asistenciales. ¿De qué manera las ciencias sociales de la región pueden influir en revertir el enfoque Norte-Sur, dominante hasta el momento en las relaciones de comercio justo, para que la balanza de los equilibrios de fuerzas caiga hacia las visiones y propuestas que defienden los pequeños productores latinoamericanos?

Hoy, en este particular momento en el cual los productores de comercio justo de la región están jugando sus cartas para que el sistema global de certificación se reencamine hacia su sentido originario (la defensa del pequeño productor organizado), los investigadores y estudiosos de la economía solidaria deberían profundizar sus conocimientos sobre esta particular temática dentro de las diferentes experiencias de los sectores solidarios y populares.

El interés y el apoyo de las ciencias sociales latinoamericanas a las luchas que la CLAC

está llevando adelante tendrían no solo un sentido político, dentro del más general reequilibrio de fuerzas (también en las academias) entre el Norte y el Sur, sino de igual forma un sentido práctico: el estudio, desde el Sur, de las nuevas propuestas de las organizaciones de pequeños productores ayudaría la difusión de los conceptos y las prácticas de comercio justo en el Sur. Especialmente en América Latina, es bien visible la tendencia hacia la apuesta por los mercados internos, muchas veces más rentables (pero aún casi inexplorados) que el mismo nicho del comercio justo. Sin embargo, falta completamente todo el trabajo de concienciación de los ciudadanos/consumidores. ¿Será posible desarrollar esta tarea con el mismo lenguaje y los mismos mensajes que se han utilizado en los países del Norte? Naturalmente no. Con el uso del "Símbolo de Pequeños Productores" (más que uno de "productores latinoamericanos de comercio justo" o algo parecido), queda muy clara la posición estratégica adoptada por la CLAC. En este sentido, las ciencias sociales podrían ayudar a desarrollar mensajes diferentes y más adecuados a las realidades del continente latinoamericano.

El acercamiento de la academia a las prácticas del movimiento en y desde América Latina significaría, por tanto, repensar el sentido mismo del comercio justo: ya no solo como una opción que los consumidores del Norte tienen para contrarrestar las desigualdades existentes entre países empobrecidos y enriquecidos; sino más bien como una práctica que marca todas las relaciones comerciales tanto en el Sur como en el Norte.

A pesar de que el estudio de la economía solidaria esté muy bien desarrollado en todo el continente, las prácticas y las experiencias del comercio justo certificado aún representan un campo de estudio prácticamente inexplorado a los centros de investigación latinoamericanos. En este sentido, la creciente importancia que está asumiendo la CLAC dentro del movimiento internacional puede constituir un óptimo punto de partida para futuros estudios sobre el comercio justo desde América Latina y, por tanto, volver la mirada hacia el Sur y no hacia el Norte.

Referencias

- COSCIONE, M. 2008. *Comercio Justo: Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Madrid, Los Libros de la Catarata, 187 p.

- COTERA FRETTEL, A. 2007. Comercio Justo: una visión desde América Latina. In: N. ANGULO; M. FERNÁNDEZ (comps.), *Afirmando prácticas democráticas y estrategias solidarias para un desarrollo sustentable: Memoria del II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo*. Ripess Región Latinoamericana, Lima, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (Gresp), y Universidad de La Habana, p. 105-109. Disponible en: http://www.ripesslac.net/recursos_galeria/20090223_060941_Memoria_Habana.pdf. Acceso el: 01/08/2012.
- FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL (FLO). 2007. *Libro Blanco: La revisión de la estrategia del sello de Comercio Justo*. FLO, Nueva York, 20 p.
- HULUGALLE, L. 1977. La búsqueda de un programa integrado de materias primas. *Nueva Sociedad*, 31-32:154-159.
- LEÓN, O. 2008. El hambre no puede esperar. Entrevista a Leonardo Boff. *América Latina en Movimiento*, XXXII(433), II época. Disponible en: <http://alainet.org/publica/433.phtml>. Acceso el: 01/08/2012.
- RAZETO, L. (sin fecha). ¿Qué es la economía solidaria? Disponible en: <http://www.luisrazeto.net/content/¿qué-es-la-economía-solidaria>. Acceso el: 01/08/2012.
- SHRECK, A. 2005. Resistance, Redistribution, and Power in the Fair Trade Banana Initiative. *Agriculture and Human Values*, 22(1):17-29. <http://dx.doi.org/10.1007/s10460-004-7227-y>
- SÍMBOLOPP. 2011. Presentación del Símbolo durante el encuentro anual de la *Specialty Coffee Association of America*, Houston, EUA. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=kbfu3vBWAQY>. Acceso el: 01/08/2012.
- VAN DER HOFF, F. 2009. The Urgency and Necessity of a Different Type of Market: The Perspective of Producers Organized within the Fair Trade Market. *Journal of Business Ethics*, 86(1):51-61. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-008-9766-4>
- VAN DER HOFF, F.; ROOZEN, N. 2003. *Comercio Justo: La historia detrás del café Max Havelaar, los bananos Oké y los tejanos Kuyichi*. Amsterdam, Uitgeverij Van Genneep, 292 p.

Submetido: 03/08/2012
Acepto: 04/10/2012