

OS RETOS DO MUNDO DE HOXE E A CONSTRUCCIÓN DUN MODELO DE DESENVOLVEMENTO CON XUSTIZA

0. ANTECEDENTES

- O movemento do Comercio Xusto como resposta ao comercio capitalista transnacional é unha novidade relativamente recente (pronto se van cumprir 50 anos do seu nacemento en Europa), aínda que non é tan recente a denuncia do modelo ligado aos primeiros pasos do intercambio mercantil internacional (basta recordar as referencias de Bartolomeu de Las Casas contra o modelo de explotación do algodón por parte da coroa española xa no século XVI).
- Calquera aproximación ao Comercio Xusto obríganos a partir do modelo económico e comercial dominante acentuado nos seus aspectos negativos pola globalización neoliberal, para posteriormente referenciar tres elementos dialecticamente relacionados e en constante cambio: o movemento da **solidariedade** e a evolución da loita pola xustiza cara a un novo internacionalismo de carácter estrutural, a **economía social** como posibilidade da humanización do comercio e o **consumo responsable** como factor cívico de transformación cotiá.
- Cando falamos de Comercio Xusto estamos a falar dun movemento solidario e económico amplo cuxo eixo central non é reducir a miseria dos países empobrecidos por medio da axuda, senón que persegue **analizar en profundidade as causas estruturais desta pobreza** e, máis aló, propoñer unha alternativa económica estable e viable ao actual marco económico chamado de “libre mercado” pero que, no fondo, se configura como un mercado oligopólico controlado por grandes distribuidoras de comercialización, ligadas a sectores financeiros importantes.
- Existe unha relación directa e dialéctica entre Comercio Xusto e Consumo Responsable. **Na aposta por un obxectivo de transformación social o Consumo Responsable configúrase como unha aposta estratéxica global na que o Comercio Xusto incorporase como un elemento máis.** Nese senso ben por “tacticismo” ben por “dogmatismo” algúns teñen situado ao comercio xusto no centro da estratexia, situando no mesmo plano Consumo Responsable con Comercio Xusto de xeito que se converte no remedio a tódolos males do sistema e mesmo como alternativa ao neoliberalismo.
- O Comercio Xusto ten como **suxeito central ao produtor**, primeiro porque se trata do **eslavón máis débil do comercio internacional** e porque naceu e supón unha mellora para as súas condicións de vida, senón tamén porque é o produtor na dialéctica reforma/revolución o que incorporándose ao comercio xusto convertese no que antes chamábase “suxeito revolucionario”. Perder de vista isto desenfocando este asunto so leva a unha pose pseudorevolucionaria na que existe un compoñente paternalista claro.
- **O papel das ONGD debe centrarse no traballo social.** Na misión de cambio social que se lle supón a comercialización é un elemento subordinado. De igual xeito que as ONGD son unha oportunidade e unha fortaleza en función do seu papel de impulso diante da actual falla de compromiso dun sector privado forte, chegado un momento poden significar un auténtico corsé para que o sector avance co grave risco de teorizar un certo papel de “tutelase” creado *ad hoc* para xustificar un papel comercial que

nunha situación normalizada non lle corresponde e mesmo desvirtúa o papel de transformación social que lle corresponde.

1. MODELO DOMINANTE E GLOBALIZACION NEOLIBERAL

Tras a 2ª Guerra Mundial imponse un modelo de desenvolvemento que ten a PIB como principal, cando non como único, indicador. Trátase dun modelo que apostaba por unha liña de progreso para aos países do sur baseada na lóxica industrialización igual a modernización igual a desenvolvemento. Isto, ademais, no marco dun mundo bipolar leste/oeste que vai consolidando un modelo de desenvolvemento nos países do Sur baseado nunha lóxica desenvolvista – **industrialismo** - que obriga a eses países á produción pensada na exportación e non nas necesidades dos seus cidadáns e crea dependencias económicas e financeiras deses países.

Un modelo en todo caso que, se nalgúns casos como os coñecidos coma “os tigres do pacífico” ten dado resultados nos indicadores macroeconómicos, non é menos certo que eses contrastan con indicadores de desenvolvemento humano baixos, con democracias febles ou ditaduras militares, con altos niveis de degradación medioambiental e cultural e con sobreexplotación laboral feminina e infantil.

Coa caída do muro de Berlín as desigualdades norte-sur até ese momento difuminadas polas contradicións xeopolíticas leste-oeste pasan a un primeiro plano. Na vertente económica a crise do GATT durante a rolda uruguaia deu paso á OMC como terceiro pilar que veu completar a supraestrutura xurdida coa creación do FMI e o BM. Na vertente social a fenda de desequilibrios sociais agrandouse até o punto de que xa son tres cuartas partes da humanidade as que teñen como única preocupación a supervivencia. Na vertente cultural asistimos a unha recolonización de hábitos e pautas vitais que está a provocar un verdadeiro choque de culturas. Na vertente medioambiental, a destrución do hábitat sen precedentes polo que algúns científicos xa dan en falar da sexta extinción, que a diferenza das precedentes tería como motor un factor endóxeno –o ser humano e a súa intervención no hábitat.

En todo caso, hai unha clara coincidencia en que a globalización neoliberal ten posto en marcha unha serie de mecanismos que teñen acentuado as desigualdades norte-sur e agravado as condicións nas que viven, producen e comercializan as xentes dos países subdesenvolvidos. Entre estes mecanismos cómpre destacar:

- **Hexemonía a escala xeopolítica.** Aparición da primeira hiperpotencia da historia sen rival no campo económico, político, militar e cultural. A 1ª Guerra do Golfo é a primeira demostración da falta de contrapesos.
- **Novo concepto do valor estratéxico.** Xa non se trata só de controlar unha vía de comunicación natural ou comercial ou a dominación territorial por interese das súas riquezas como antano, agora aparece un novo factor: o elemento de desestabilización. Isto foi así en Kosovo ou Afganistán.
- **Novos xeoactores principais.** Os estados son substituídos por organismos intergubernamentais á hora de deseñar políticas económicas e sociais, as multinacionais teñen máis capacidade de decisión ca os gobernos.
- **Crise do estado-nación** nacido das revolucións do século XIX. Procesos de integración económica, TLC norteamericano, UE, Magreb Árabe, Unión Sudafricana, Mercosur e agora o ALCA afectan aos dous elementos clave sobre os que sustentaba a soberanía –moeda e exército. Á súa vez procesos de disgregación –antiga URSS, Checoslovaquia– ou tensións na Europa Occidental

amosan desequilibrios humanos e territoriais que afloran cando o estado entra en crise.

- **Financiación da economía.** Segunda revolución capitalista. Trátase do último elo do que na década dos oitenta se deu en chamar a revolución científico-técnica e que ten levado a un cambio nos piares económicos sen precedentes desde a 1ª revolución industrial e desde o neolítico. Hoxe, a economía real que crea valor engadido –produtos ou servizos– e xera emprego representa o 1%, mentres que a economía financeira e de intercambios bursátiles –ordes de compra e venda virtuais que navegan a nivel planetario– representan o 99%.
- **Crecedo das desigualdades a escala planetaria,** ligado a unha concentración da riqueza e a unha recolonización das economías periféricas. A extensión dun modelo desenvolvista por todo o planeta non ten mellorado as condicións de vida das persoas, senón que ten agrandado a diferenza norte-sur (1000 millóns de habitantes viven aceptablemente mentres que outros 5.000 millóns, fundamentalmente no Sur, sobreviven) e ten creado un cuarto mundo no norte – os excluídos– sen parangón na historia da humanidade; por exemplo, na UE 50 millóns de pobres sobre 300 millóns de habitantes, e tamén no sur onde un reducido grupo vive nas condicións do norte (en Brasil, 30 millóns de 170; na China, 70 millóns de 1200).
- **Mutacións das ameazas.** Por vez primeira existe a posibilidade real –frente á posibilidade teórica de destrución nuclear da guerra fría– de ameazas ecolóxicas, como o efecto invernadoiro ou a loita pola auga, ou mesmo sanitarias, como a SIDA, a gripe do polo, as vacas tolas, dioxinas... todas elas globais e que fan saltar todas as alertas. Por outra banda, o cóctel diabólico de pobreza, descontrol do armamento, odio e impotencia fai aparecer o terrorismo como o substituto impredecible, en canto que desregularizado, da guerra convencional.
- **Hexemonía ideolóxica.** Extensión de valores aparentemente universalizables como a democracia ligados a valores socioculturais xeográficos concretos. Todo isto encuberto por unha filosofía da competitividade e avalado por un cientifismo ético que obxectiviza até límites que limitan o papel subxectivo da actuación humana e impiden o libre albedrío persoal.

Todo isto ten repercusións directas sobre a vida das persoas en xeral e sobre os produtores dos países do Sur en particular. **A relación da agricultura e a extrema pobreza é máis que evidente.** Estamos a falar de 900 millóns de labregos/as no mundo. Dous de cada tres persoas que viven na extrema pobreza fano no medio rural –en casos coma a África subsahariana o 70% dos 198 millóns de persoas que viven por debaixo do umbral da pobreza viven no rural–.

Por outra banda, a miseria do traballo no campo é máis que evidente: Éxodo rural e crecedo da marxinalidade periférica urbana; inviabilidade da agricultura familiar e aumento da pobreza; danos da saúde e o medio ambiente xerados polos uso indiscriminado de agrotóxicos; control monopolista das sementes coa entradas dos transxénicos; falla de protección social e condicións de traballo e salariais marcadas pola ausencia de dereitos que garantan a dignidade das persoas.

Norte e Sur no campo

Isto dáse ademais nunha situación onde centos de millóns de persoas viven en rexións con dependencia exclusiva da agricultura e sendo a tendencia do mercado a de impoñer monocultivos para a exportación, cando non se abordan as necesidades básicas da poboación. Os 30 países máis pobres do mundo dependen da exportación

de materias primas coma o cacao, o azucre, o algodón ou o café para subsistir, mentres que o dumping adquire dimensións tales que se pode falar das “subvencións do xenocidio”. Os países do norte dedican 200.000 millóns de euros anuais para axudas á agricultura nos países do norte destinadas na maioría dos casos a grandes explotacións ou a multinacionais de distribución agro-industriais, mentres que a evolución dos prezos das materias primas cultivadas nos países do Sur non paran de baixar desde a década dos setenta.

2. COMERCIO XUSTO COMO FACTOR DE SOLIDARIEDADE

Diante desta situación tense vertebrado unha alternativa cidadá tendo en conta tres actores claves para o cambio. Por unha banda a cooperación internacional e as ONGD como axentes directos non só de exportación de capitais e tecnoloxías senón fundamentalmente como factor de apoio a alternativas e presión sobre empresas e gobernos. Por outra parte, os gobernos do Sur presionados polas súas poboacións e pola organización cada vez máis forte do campesiñado. En última instancia, o papel dos consumidores/as do norte facendo do seu acto cotián de consumo un acto de politización apostando polo consumo responsable e polo comercio xusto.

EVOLUCION DO CONCEPTO DA SOLIDARIEDADE

A orixe e evolución do Comercio Xusto ten moito que ver coa propia evolución do movemento de solidariedade contemporáneo.

Como antes mencionabamos, tras a 2ª Guerra Mundial, no marco dun mundo bipolar leste/oeste, vaise consolidando un modelo de desenvolvemento nos países do Sur baseado nunha lóxica desenvolvista que obriga a eses países á produción pensada na exportación e non nas necesidades dos seus cidadáns e crea dependencias económicas e financeiras deses países.

Esta lóxica impulsada polos países do Norte e polas grandes empresas é asumida polas poboacións do norte e mesmo por un primeiro grupo de ONGDs que xurdan nos anos da posguerra. Estamos en todo caso a falar dunha liña solidaria que se reduce exclusivamente a **transferencias de capitais e tecnoloxía**.

A descolonización da maioría dos países do Sur, abre un proceso de neocolonialismo por parte dos países centrais de Europa e dos EE.UU. no obxectivo de asegurar a súa posición comercial nos novos estados xurdidos no Sur.

Diante disto comezan a xurdir os primeiros movementos sociais e ONGD que á calor das novas vangardas alternativas (esquerda antistaliniana) e do compromiso cristián dos sectores máis progresistas da Igrexa (Concilio Vaticano II) abren novas ideas e alternativas. Son unha nova xeración de organizacións sociais que formulan con forza a necesidade dunha análise estrutural que motiva as causas da pobreza e sitúa a necesidade da busca de alternativas ao modelo dominante como fórmula para romper o círculo da pobreza. De feito, o movemento de solidariedade tal como o coñecemos hoxe ten o xermolo na década dos sesenta do século pasado en Europa.

O coñecido como **movemento do 68** non era nin máis nin menos que **fondas emendas democráticas da cidadanía**. O 68 non é un movemento sectorial, delimitado xeogaficamente, prodúcese á vez no leste ou no oeste (Maio Francés / Primavera de Praga), no Norte (outono quente italiano no 69) ou no Sur (mobilizacións en México con

novos sectores sociais campesiños, indíxenas que rematan na masacre de estudantes na praza de Tlatelolco), nas antípodas ideolóxicas e culturais (mobilización contra a guerra de Vietnam nos EUA e revolución cultural en China), etc.

Trátase da **rebelión democrática da sociedade civil contra o anquilosamento democrático** nos países do norte capitalista, **contra a burocracia e a represión** nos países “socialistas” e **contra as limitacións, degradación e burocratización** que impoñen os novos dirixentes na periferia. Tratábase dunha contestación cívica que malia que os seus restos foron administrados no centro por grupos da esquerda radical (maoístas e trotskistas, principalmente) ou por o grupos armados nados á calor deles (RAF, Brigadas Vermellas, IRA, ETA...), ou mesmo polo sistema que tentou absorber mercantilmente a súa estética... o certo é que no 68 encóntrase moito pouso do que posteriormente deu lugar ao movemento antiglobalización en canto a ideais e tamén en canto a elementos de vertebración alternativa, entre elas o Comercio Xusto, iniciativas de economía social alternativa (cooperativismo, banca ética, radios libres...) ou primeiras prácticas de agricultura ecolóxica.

Paralelamente, froito da existencia dun modelo económico alternativo e das primeiras voces dos países do Sur, comeza a xurdir unha ampla actividade nos organismos internacionais a finais da década dos cincuenta e inicios da década dos sesenta dos países do Sur. Era o tempo do **movemento dos non aliñados**, con Cuba e Alxeria á cabeza.

NACEMENTO DO MOVEMENTO DE COMERCIO XUSTO

Así, no ano 1964 a **Conferencia da ONU sobre Comercio e Desenvolvemento (UNTAC)** realizou unha primeira reunión baixo o lema “**Comercio, non axuda**”, onde se definiron unha serie de propostas a favor dunha relación entre os países ricos e os países empobrecidos pola práctica dun intercambio desigual e a explotación dos seus recursos. As resolucións, vetadas por oito dos países máis ricos do mundo, contiñan, entre outras opcións, a activación de mecanismos comerciais máis xustos.

Nun clima de busca de formulacións que posibilitasen conquistar unha Nova Orde Económica Internacional nace o movemento do Comercio Xusto. A primeira organización que asume esta tarefa é SOS Werenhandel, en Bélxica, no ano 1959.

Neste contexto xorden os primeiros pasos do Comercio Xusto en **Holanda**, onde no ano 1969 se abre a primeira tenda.

Xa non se trata de transferir capitais ou tecnoloxía, senón de crear estruturas alternativas que posibiliten relacións internacionais xustas.

Así que podemos afirmar que a converxencia de sectores progresistas alternativos e cristiáns do norte e dos países en proceso de emancipación colonial –en torno ao movemento dos países non aliñados– son os que dan lugar a esta incipiente alternativa fronte a un modelo de solidariedade “conservador” impulsado polos estados do Norte co beneplácito dalgunha influente ONG e ante a inhibición da esquerda tradicional allea ao mundo da solidariedade naquel momento.

A HUMANIZACION DO COMERCIO

O Comercio Xusto é unha actividade comercial baseada nunha relación directa e de respecto mutuo, na que produtores/as e consumidores/as obteñen a garantía de

producción baseada no respecto aos dereitos humanos e no desenvolvemento autosostible.

É obvio que non se trata de buscar só saídas máis ou menos importantes para os produtos elaborados baixo os **PRINCIPIOS** que determinan esta fórmula de comercio:

- Garantía de salarios xustos que permiten ter unha vida digna.
- Igualdade home/muller. Igual traballo/igual salario.
- Prohibición da explotación infantil.
- Organizacións democráticas
- Beneficios destinados a necesidades comunitarias (saúde, educación, formación, etc.).
- Respéctase o medio ambiente. Producción ecolóxica.

Senón que se trata de construír unha alternativa ao neoliberalismo que desenvolva unha rede empresarial ampla e estable que permita, en primeiro lugar, relacións comerciais a longo prazo e na cal se realicen pagamentos por adiantado, o que permite planificar con seguridade e impide a especulación monetaria.

Estabilidade necesaria porque o Comercio Xusto é unha alternativa precisa para o cambio do modelo desigual do comercio a nivel internacional, que dita as súas regras na OMC.

Porque só dende a estabilidade se poden atender as necesidades diarias dos pequenos produtores/as do Sur, que lles permita planificar as súas estratexias comerciais a longo prazo rompendo a dependencia das grandes multinacionais que fixan os prezos, podendo así rachar o círculo da pobreza.

Todo este movemento ten como obxectivos para conquistar, entre outros, os seguintes:

- **Novas relacións Norte-Sur** que permitan abordar de xeito global e xusto a aparición de fenómenos de degradación das conquistas sociais dos traballadores/as e das condicións de vida dos pobos, tales como a deslocalización ou a inmigración masiva.

- Fixación de **normas de validez internacional sobre condicións laborais** como elemento central de respecto aos dereitos humanos na produción.

- Construción dun novo modelo de desenvolvemento e consumo universalizable que parta do recoñecemento dos límites do crecemento e da equiparación das condicións de vida das zonas, apostando polo **desenvolvemento humano sostible** como elemento de solidariedade interxeracional.

- Vertebración de **alternativas de pensamento e acción globais** que impliquen a cidadanía do norte e do sur.

- Construción de **estruturas xurídicas internacionais** coma o Tribunal Social Mundial (Emir Sader, profesor da Universidade de Río de Janeiro), composto por autoridades internacionalmente recoñecidas, para xulgar os casos máis graves de crimes contra a supervivencia de persoas por mecanismos de mercado ou atentados globais medioambientais ou culturais, de igual xeito que se vai asentando o Tribunal Penal Internacional como espazo contra crimes de lesa humanidade.

3. COMERCIO XUSTO NA ACTUALIDADE: AS POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN DE COMERCIO XUSTO

COMERCIO XUSTO NO MUNDO

Cando falamos de Comercio Xusto non estamos a falar simplemente dun proxecto de solidariedade, máis ou menos afortunado na súa eficacia, e que adquire maior repercusión social en épocas de consumo bulímico, fundamentalmente en Nadal. Estamos a falar dun movemento solidario e económico amplo que busca non só reducir a miseria dos países empobrecidos por medio da axuda, senón que persegue analizar en profundidade as causas estruturais desta pobreza e, máis aló, asentar unha alternativa económica estable e viable ao actual marco económico chamado de “libre mercado” pero que, no fondo, se configura como un mercado oligopólico controlado por grandes distribuidoras de comercialización, ligadas a sectores financeiros importantes.

Trátase dun sector económico e solidario amplo, con máis de 100 distribuidoras, **3.000 tendas en toda Europa** e 260 millóns de euros ao ano e algúns nichos de consumo importantes (31% do consumo de Té en Suecia ou o 13% de Café en Holanda), organizado arredor da Rede Europea de Tendas (**Network of European World Shop-NEWS**), que creada en 1994 integra a federación de Tendas de Comercio Xusto de 13 estados europeos, e da Rede Europea de Importadoras (**European Fair Trade Association-EFTA**), creada en 1987 e na que se integran distribuidoras de nove estados europeos.

En 1989 creouse por organizacións comerciais en África, Asia, Australia, Xapón, Europa, América do Norte e América do Sur a **Federación Internacional de Comercio Xusto (IFAT)** como foro no que participan os produtores do Sur coas organizacións do Norte.

Por último a creación do FINE, onde se agrupan todas as organizacións de Comercio Xusto, culmina a estrutura organizativa do sector en todo o seu proceso.

O SELO DE COMERCIO XUSTO

A ausencia de lexislación estatal ou supraestatal –ao contrario do que ocorre coa agricultura orgánica–, teñen creado un baleiro legal preocupante para o desenvolvemento do sector, á vez que impiden o despregamento de regulamentos ou directrices claras á hora de fixar normas que permitan facilitar a clara selección do produto.

Este baleiro legal e ausencia de políticas ao respecto teñen sido durante anos suplantadas polo traballo das ONGD que vertebraron mecanismos de control propios pero insuficientes nunha etapa de desenvolvemento no volume de compras e de vendas.

Por outra banda, a confianza do consumidor/a, efectiva mentres se trata dun cliente minoritario e concienciado, preocupado por proporcionar un plus de información ou comprometido co traballo de solidariedade, desaparece cando o espectro social ao que se chega é máis amplo.

Co desenvolvemento do sector a niveis significativos a necesidade dunha certificación independente convértese nunha necesidade, pero ademais trátase dunha esixencia ética, sobre todo se os involucrados son organizacións sociais acostumadas a demandarlles ás empresas medidas de Responsabilidade Social Corporativa acreditadas de xeito independente e transparente.

Co crecemento do Comercio Xusto nos países centrais de Europa son as propias ONGD as que comezan a desenvolver un traballo importante neste campo. Así en 1989 nace o primeiro selo nacional “Max Havelaar”, seguido doutras iniciativas, ate que no ano 1997 nace o **Fair Trade Labelling Organisation Internacional (FLO)** que tras un proceso de fusión reunifica no 2002 aos diferentes selos nacionais –**Max Havelaar, Transfair, Frairtrade Foundation, Rättvisemarkt Suecia, Reilun Kaupan Finlandia,...**– coordinando as diferentes iniciativas que sobre certificación se poñen en marcha a nivel local ou rexional e supervisa o cumprimento dos criterios do Comercio Xusto.

A finais dos anos 90 a CECJ inicia o debate para impulsar unha iniciativa de selo de comercio xusto en España. Logo de anos de traballo coas organizacións socias (grupo de traballo do selo) e con bastante debate interno, o ano 2004 apróbanse os estatutos da Asociación “do Selo de Produtos de Comercio Xusto”. Paralelamente empézase a estudar a marca “de CX” para OCAs segundo o modelo IFAT (a finais do 2006 a CECJ consegue entrar a IFAT) .

O proceso no Estado español culmina, póis, tras un proceso de reflexión de máis de 8 anos na constitución no 2004 da iniciativa española do Selo de Comercio Xusto impulsada por **Alternativa 3, Caritas Española, Confederación de Consumidores e Usuarios (CECU), Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), Federación SETEM, Fundación Ecología y Desarrollo, Fundación ETEA, Ideas e Intermon-Oxfam**, aparecendo a finais de 2005 os primeiros produtos certificados.

Esta iniciativa foi criticada por varias asociacións, que utilizando diferentes argumentos teñen como característica común o feito de seren organizacións nas cales predomina un discurso ideoloxicista e unha prioridade da comercialización entre o seu traballo.

Como di a parte final do documento escrito polo grupo de traballo do selo (marzo 2004) ante as críticas a esta iniciativa xurdidas no seo do movemento:

“En realidade, o que se está dirimindo na Coordinadora neste momento non é se as grandes cadeas de distribución alimentaría europeas poden comercializar café de Comercio Xusto (xa o están facendo); ou se as grandes multinacionais do café van poder ter unha marca de Comercio Xusto (xa a teñen); ou se os tostadores de café tradicionais terán a posibilidade de ofrecer café de Comercio Xusto ás súas clientas (esa oferta xa existe). O que se está decidindo neste momento e se a Coordinadora de Comercio Xusto lidera o proceso de constitución dunha Iniciativa Nacional de FLO, o que lle permitirá controlar a que empresas, cadeas de distribución, tostadores e organizacións vaise a permeter acceder ao Selo de Comercio Xusto para os seus produtos”.

Con este espírito de intentar “controlar” o proceso de implantación do selo de Comercio Xusto de FLO en España, a CECJ decide liderar a creación da Asociación do selo.

Ventaxas do Selo FLO

Entre as vantaxes da posta en marcha do Selo de Comercio Xusto unificado estarían curiosamente elementos que se adoitan criticar desde posturas maximalistas como son a autonomía das presión, ao separar as asociacións da estrutura certificadora –FLO Cert– que asegura que os membros da iniciativa non teñen mecanismos para desvirtuar o Selo de xeito que a certificación está estandarizada e con controis rigorosos; a defensa dos pequenos produtores/as ao crear unha estrutura de tramos discriminatoria positivamente a favor do pequeno produtor/as en detrimento do grande –o cal tamén é un factor de control das multinacionais que poidan ver no Comercio Xusto un elemento de beneficio; a certificación independente que pode evitar fraudes de empresas nun momento de márketing social –non debemos esquecer que mesmo coa regulamentada agricultura ecolóxica se tardou algúns anos en impedir que algunhas empresas utilizasen enganosamente a denominación *bio*–.

En todo caso, o debate do Selo é intemporal –pois nin tan sequera os máximos detractores eliminan das súas liñas de comercialización produtos certificados desde hai case unha década– e infrutuoso –pois trátase dunha iniciativa mundial asentada que o feito de substituíla ou eliminala situaría o Comercio Xusto internacional nos parámetros dos anos sesenta asestándolle deste xeito un golpe de morte.

O FLO garante unha certificación independente –tantas veces demandada ás empresas– e simplifica a imaxe cara a un consumidor/a cada vez máis consciente pero tamén mais plural.

A Crise de FLO e a nova estrutura de goberno

Os pequenos produtores levaban anos reclamando unha maior participación dentro a estrutura de goberno de FLO, criticando o seu funcionamento e a forma de tomar as decisións en temas tan importantes como a participación das multinacionais ou as grandes plantacións dentro do sistema. A súa sensación era que FLO traballaba só para satisfacer as demandas dun mercado do Norte deseoso de novos produtos de CX sen contar coas demandas dos colectivos desfavorecidos do Sur .

No marco do Foro FITS celebrado en Chiapas (marzo 2006), os pequenos produtores asociados á CLAC solicitaron volver aos principios orixinais do Comercio Xusto (declaración escrita) e presentaron un símbolo que os identifica como colectivo para poder ter máis forza a través das alianzas ante do sistema de toma de decisións de FLO. A crise de FLO fíxose evidente.

Meses despois (Novembro 2006), a totalidade das IN de FLO e as organizacións de pequenos produtores (CLAC de Latinoamérica , AFN de África e NAP de Asia) votaron por unanimidade a nova estrutura de goberno de FLO. Nesta nova estrutura incrementábase a participación dos pequenos produtores dentro do sistema pero segundo os pequenos produtores aínda hai moitas cousas que fai falta mellorar.

Un reto de FLO pendente é a definición da misión de FLO: o que debe guiar o traballo de todas as IN. Actualmente, a maioría das IN seguen funcionando moi descentralizadas e a miúdo con visións diferentes. Unha parte do debate que se abre contempla a posibilitado de unir diferentes Iniciativas nacionais para gañar en eficiencia. Unha diminución das IN traería asociado un aumento da participación das redes de pequenos produtores.

No caso europeo esta necesidade faise máis evidente. A UE é un espazo comercial único o que fai que os produtos certificados nun país poida venderse noutro. As iniciativas de estatais non teñen sentido e convírtense nun resquicio por onde as grandes empresas poden colar os seus produtos rexeitados por motivos éticos noutros. Nese senso, vale de pouco o veto a Starbucks ou Nestlé en España se despois poden ofertar produtos etiquetados noutros países de UE. Asemade esta fragmentación favorece que iniciativas como a Trás Fair USA teñan unha presenza decisiva a FLO polo volume de vendas que moven (e os ingresos que aportan á estrutura de FLO).

A posición dos pequenos produtores ante a nova estrutura de goberno de FLO

A CLAC considera que o selo de CJ de FLO perténcelles. Foi creado para eles (inicialmente por e con eles) e, aínda que durante os últimos anos foron apartados da toma de decisións, non se irán de FLO a non ser que os boten. Consideran que o sistema foi cooptado polos valores do mercado, baixo o interese de abrir mercado e estar preto dos consumidores sen valorar as consecuencias desta orientación para os produtores. Polo tanto atopan que é caer nunha trampa aceptar a escisión do selo eventualmente en dous selos: un para multinacionais e plantacións e outro para pequenos produtores. Consideran que FLO é o Selo que tradicionalmente asociouse aos pequenos produtores e que se o mercado quere un selo por Multinacionais que llo cren. Valoran positivamente parte do traballo feito por FLO e o impacto que conseguiu pero a estrutura e funcionamento debe mellorar moito. Internamente seguirán traballando para conseguir estas melloras e externamente (de cara aos medios) defenderán o papel e a importancia de FLO..

Coa nova estrutura de goberno os pequenos produtores teñen máis representación dentro da Xunta de FLO (son a CLAC, o AFN e a NAP) e tamén poderán participar como socios de pleno dereito na asemblea de FLO (antes só participaban as IN). A actual estratexia e reto da CLAC é incrementar a súa voz dentro de FLO influíndo e participando dentro das IN e en todos aqueles comités de FLO que identifiquen como importantes (C. de estándares, C. de certificación, ..). Queren reforzar o traballo da CLAC abrindo cada vez a máis produtores e organizacións e fortalecer alianzas coa AFN para defender posicionamentos comúns.

Alguns exemplos de espazos e traballo de lobby da CLAC e da AFN: Recientemente entraron a formar parte da IN inglesa (FairTrade Foundation). Están negociando con FLO a entrada do seu representante dentro do comité de estándares e presentando propostas. Están negociando con algunhas IN a revisión ao alza do prezo mínimo polo café de CJ para presentar unha proposta que sexa aceptada dentro de FLO. Segue a estar pendente que se entende por pequenos produtores e que tipo de participación deben ter dentro do sistema e como se entenden e se redefinen mellor os estándares de CX para incorporar os criterios dos produtores.

Por un selo global, independente, con certificación europea e en favor dos pequenos produtores: unha posición crítica dentro do FLO

A posición de AMARANTE debe estar enfocada a facer sentir a voz dos pequenos produtores dentro do Selo. Tanto AFN como a CLAC acaban de dar a alarma sobre o cada vez menor caso que se fai as súas propostas, e mesmo, a pesar de estar nun proceso de revisión estratéxica, FLO segue a incorporar novas grandes empresas á certificación.

Debemos ser conscientes das contradicións ideolóxicas que ten hoxe o movemento do Comercio Xusto vertebrado arredor de FLO a dous niveis:

- Por unha banda diante da posibilidade de cesión do Selo a cadeas multinacionais, como pasou en Gran Bretaña con Nestle ou co intento, fallido ata o de agora, de Starbucks en España.

Asemade ¿que pasa cando as prioridades destes entran en contradición ideolóxica coa formulación doutras campañas ás que nos subscribimos?

- A presenza de produtos de CX en grandes superficies pode aumentar as vendas e ser beneficiosa para algúns actores pero a xeneralización do modelo de compra en grandes superficies atenta gravemente contra a soberanía alimentaria.

- Se as traballadoras das maquilas reclamasen unha maior entrada da roupa producida nestas fábricas aos mercados do Norte por aumentar os postos de traballo, AMARANTE (en coherencia coa CRL) continuaría denunciando o modelo maquilador e promovendo unha redución de consumo.

- Por outra banda, as organizacións do Sur de pequenos produtores a miúdo instrumentalizan o debate político por conseguir un incremento de vendas dos seus produtos. A denuncia das regras inxustas do sistema de comercio internacional non ten porque ser, a priori, a loita de todos os pequenos produtores de CX organizados do Sur pero se a nosa. Non se trataría de conseguir plantacións de soia de CX senón que desaparezan os modelos de produción das plantacións e apostar por iniciativas de produción local, e defensa de mercados locais desde os principios da Soberanía Alimentaria, con coherencia aos principios de Consumo Responsable.

Pero as contradicións debemos saber abordalas conxugando dialecticamente principios e obxectivos. Seguindo de preto todos os cambios de contexto e valorando se conseguimos ter a incidencia desexada. O posicionamento de AMARANTE debe pasar por non perder o espírito crítico co sistema capitalista de Comercio Internacional e denunciar as inxustizas e penurias que provoca, observando en todo momento o perigoso que é que unha parte do movemento de CX (e especialmente FLO) estean perdendo este contido, priorizando a comercialización. Só así se pode manter a coherencia con outras liñas e Campañas da organización.

Non obstante, tamen debemos ser coñecedores que as transnacionais controlan toda a cadea de produción, distribución e comercialización, e tamén a de publicidade e marketing. As súas novas liñas de Responsabilidade Social Corporativa incorporan as iniciativas que elas mesmas cualifican de comercio xusto e, finalmente, non existen tantas demandas de entrada de multinacionais dentro do sistema de certificación de FLO.

E por elo que debemos ter presente que o debate non é sobre a entrada das multinacionais dentro o Comercio Xusto porque xa están dentro, senon de como vertebrar un deseño estratéxico transformador que permita, apoiándose nos axentes máis avanzados do movemento e nos resortes que o selo permiten (artigo 8 dos estatutos que limita a entrada á Asociación a aquelas empresas que “leven a cabo prácticas contrarias ao Comercio Xusto”) artellando un movemento que permita a salvaguarda do FLO dos intereses das multinacionais e evitando que empresas

transnacionais con prácticas contrarias aos principios do CX consigán a certificación de FLO.

AMARANTE define o seu modelo de Certificación arredor dunha idea de selo global – non local – independente – alleo a presión das grandes empresas -, con certificación europea – superando o actual modelo de iniciativas “nacionais” – e que sitúe no centro a defensa dos intereses dos pequenos produtores -. Nese senso a nosa aposta polo FLO é unha aposta condicionada a evolución que este teña na súa estrutura – actualmente limitada cos produtores - ou se vira contaminado pola incorporación das multinacionais -actualmente o comité de control, que decide a incorporación de novas empresas e asociacións é moi permisivo cara as grandes empresas utilizando só criterios estandarizables dos produtos e deixando de lado outras consideracións éticas, sendo a xunta da IN o que xogan un papel de contención- que xerarán un proceso de mutación nos seus obxectivos e/ou un descredito diante dos consumidores. Se os feitos indican que a incidencia dentro de FLO é mínima ou as contradicións son cualitativas debemos abordar a necesaria certificación desde fora do mesmo.

4. O COMERCIO XUSTO NA ENCRUCILLADA

O COMERCIO EN GALICIA

En Galicia este movemento chega con certo atraso mais con forza, como non podía ser doutro xeito, pois os galegos e as galegas teñen un alto sentido da solidariedade, aprendido ao longo de varios séculos de miseria e de emigración imposta.

Asistimos actualmente ao auxe deste sector que se confirma coa existencia de tendas de organizacións sociais e de consumidores/as en practicamente a totalidade das grandes cidades e vilas (*Intermón-Oxfam* e *Solidaridad Internacional* na Coruña, *Xoaniña* en Ferrol, *A Cova da Terra* en Lugo, *Solidaridad Internacional* en Ourense, *Sildoura* no Barco de Valdeorras, *Amarante* e *Solidaridad Internacional* en Pontevedra, *Amarante*, *Intermón-Oxfam* e *Panxea* en Santiago, *CDR O Viso* en Xinzo de Limia, *Amarante*, *Intermón-Oxfam* e *Árbore* en Vigo) e diversas iniciativas privadas de economía social (*Terra Viva* en Pontearreas, *Mundos* en Vigo ou *ECCOS* en Melide). Asemade pódese atopar comercio xusto en moitas tendas e empresas de hostalaría e en diversas institucións. A importación directa e acordos de distribución con empresas é outra das posibilidades nas que se está a avanzar, aínda que de xeito máis lento.

O COMERCIO XUSTO DIANTE UN DAFO DE CRISIS DE CRECEMENTO

Pero esta realidade aparentemente tan esperanzadora enfróntase a determinados escollos importantes que poden dar ao traste con este aparente auxe.

Unha aproximación a unha DAFO do Comercio Xusto en Galicia, que nalgúns pautas pode ser extrapolado ao Comercio Xusto en xeral, enfrontaríanos á seguinte realidade.

Entre as **Debilidades** máis claras coas que se atopa o movemento do Comercio Xusto están:

- En primeiro lugar, a situación económica de atraso de Galicia con respecto ao resto do Estado e de Europa que ten posposto a aparición dun sector social urbano con tramos de poder adquisitivo medio e con niveis de información

adecuados, até o punto de que moitas ONGD estatais teñen renunciado ao Comercio Xusto en Galicia en función de cálculos de rendibilidade.

- Febleza do Sector, que vén agravado pola división e descoordinación existente entre os axentes que participan nel. Non debemos esquecer que se ben a apertura de novas tendas e apertura de novos nichos de clientes son habituais nos últimos tres anos, non é menos certo que as tendas, na súa maioría, son de organizacións sociais, con abuso de voluntariado e sen xeración de emprego, así como dependentes nunha boa parte de subvencións públicas e privadas –cómpre lembrar que en Vigo, cidade economicamente mais importante de Galicia, se teñen pechado na última década dúas tendas. Por outra banda, os nichos de mercado seguen a ser marxinais e unha boa parte do mercado xéranos as institucións públicas.
- Ausencia dun sector empresarial implicado co Comercio Xusto. As iniciativas privadas de Comercio Xusto seguen a ser irrelevantes e aínda existe pouca conciencia por parte do empresariado sobre os temas relacionados co Comercio Xusto ou a Responsabilidade Social Corporativa.
- Falla de garantía cara ao consumidor/a que lle permita ao Comercio Xusto saír de sectores concienciados ou hiperideoloxizados. A ausencia até o momento de garantías independentes e claras dificultan claramente a extensión do proxecto.
- Descoñecemento do sector froito de insuficiencia en políticas de comunicación, aínda que nisto seguramente sexa no que máis se ten avanzado.

Obviamente debemos citar **fortalezas** que, aínda que en menor medida, existen:

- O prestixio das ONGD, que malia todos os claro/escuros que se cernen sobre elas seguen a ser unha das estruturas mellor paradas en todas as análises de opinión realizadas na última década.
- O interese social crecente sobre os aspectos relacionados con novos mercados e novos produtos con garantía social e medio ambiental.
- Un auxe do sector servizos, fundamentalmente ocio e hostalaría, que pode supor un espazo importante para o Comercio Xusto.

As **oportunidades** veñen presentar posibilidades novas hai anos descoñecidas:

- Interese por parte das ONGD no Comercio Xusto aínda que condicionado polas novas perspectivas xeradas desde a administración máis que nunha aposta decidida polo sector.
- Novo Plano directorio da cooperación galega, reformulado pola nova administración autonómica, que por vez primeira sitúa o comercio xusto como unha das liñas estratéxicas de actuación e maior interese por parte do conxunto das administracións públicas.
- Novos hábitos de consumo entre a poboación galega, tanto na busca de novos produtos como na vertente de novas formas de ocupar o tempo libre.
- Implantación do Selo do Comercio Xusto como garantía de certificación real de produtos.

Pero obviamente as oportunidades conviven con ameazas reais entre as que cómpre destacar:

- Política de prezos. O mito sobre o maior custo dos produtos de Comercio Xusto vese referendado en moitas ocasións con políticas de prezos abusivas por parte das distribuidoras do sector que non teñen unha explicación directa en base aos custos reais do produto. Así, se ben os prezos nas tendas de ONGD teñen unha

explicación para o consumidor en base a marxes cos que manter a organización, o prezo en vendas ao por maior ou en programas de vendas en hostalaría ou venda automática repercute na imaxe global do sector.

- Control monopolista por parte das grandes áreas de distribución e comercialización ligadas a multinacionais do sector de alimentación, que pode chegar a desvirtuar o proxecto do comercio xusto e o que é peor a deixar sen espazo comercial a distribuidores internacionais alternativos.
- Calidade do produto. Aínda que neste aspecto se ten avanzado moito en produtos de alimentación, noutras liñas, especialmente en roupa e complementos, os produtos seguen dirixidos a sectores minoritarios da poboación.
- Perda de poder adquisitivo dos consumidores/as que retraen o consumo en aspectos “secundarios”.
- O papel das ONGD. De igual xeito que as ONGD son unha oportunidade e unha fortaleza en función do seu papel de impulso, chegado un momento poden significar un auténtico corsé para que o sector avance co grave risco de teorizar un certo papel de “tutelaxe” creado *ad hoc* para xustificar un papel comercial que nunha situación normalizada non lle corresponde e mesmo desvirtúa o papel de transformación social que lle corresponde.

MODELO GALEGO E INTEGRAL

A construción dun modelo galego de solidariedade supón, non podía ser doutro xeito, a existencia dun **Modelo Galego de Comercio Xusto**. A sociedade galega ten as súas peculiaridades que non podemos eludir. A cooperación galega ten os seus ritmos e as súas prioridades estratéxicas que debemos obviar.

A vertebración dun sector decisivo do Comercio Xusto en Galicia vai ter ineludiblemente elementos estruturais diferentes aos que puidesen ser centrais noutros lugares.

En todo caso, catro son os aspectos sobre os que debería traballar o movemento do Comercio Xusto se quere construír un sector estratéxico de fondo calado na sociedade e de autosostibilidade no económico.

Construción dun **Modelo Pensado en Galicia** que teña en conta os elementos demográficos, económicos, políticos, culturais ou sociolóxicos diferenciadores. Trátase de introducir un sector de economía solidaria con outros nun país no que até escasamente unha ou dúas décadas era demandador de solidariedade. Xa que logo, este modelo debe ter en conta a propia realidade nacional de xeito que o factor de solidariedade con outros, clave no comercio xusto, non sexa visto como un elemento de competencia con produtos e sectores que atravesan situacións de reestruturación laboral ou reconversión produtiva. Producción agraria de pequenas explotacións ou a deslocalización do téxtil son exemplos nos que se podería afondar.

Un segundo aspecto é a necesidade de vertebrar un **Modelo comercial galego** como elemento afianzador do sector no noso país.

A realidade demográfica e económica galega condiciona sen ningún lugar a dúbidas a construción dun modelo de Comercio Xusto posible en Galicia. Detrás da dispersión xeográfica pode estar o feito de que sexa Galicia unha das comunidades do Estado

onde a pesar de que os volumes de vendas son máis baixos exista o maior número de tendas.

Por outra banda, a existencia de explotacións agrarias familiares no campo, presionadas polas políticas da PAC, condicionan obxectivamente a incorporación destes pequenos produtores/as ao Comercio Xusto, impensable noutras zonas xeográficas onde no campo dominan as medianas e grandes explotacións.

Outra materia pendente do Comercio Xusto en Galicia, clave tanto para un traballo de mellora do traballo de sensibilización como na redimensión de prezos da comercialización, é a importación e a distribución a partir da chegada directa dos produtos desde o seu lugar de orixe.

Modelo empresarial de economía social. A falla dun tecido industrial, unido á crise agraria, ten suposto a aparición en Galicia dun sector de servizos e de novas tecnoloxías importante. Existe todo un sector económico ligado á cultura do ocio e á hostalaría que está a dar pasos importantes cara á profesionalización tras unha primeira xeración de empresarios/as que chegaron ao sector na década dos 70/80 rebotados doutros sectores. Trátase dun sector dinámico disposto a ligar modernización das súas empresas con novas apostas empresariais entre as que, de saber concretar, tería un espazo importante a RSC e o Comercio Xusto.

Por outra banda, hai un auxe da economía social en forma de cooperativas de consumo ou de distribución, así como un sector importante de produción respectuosa co medio ambiente e coas persoas, tanto no agro coma no téxtil. Trátase dun potencial que está a ter a súa plasmación en tendas mixtas Comercio Xusto e Agricultura Orgánica, mesmo incorporando nalgúns casos artesanía popular propia e téxtil e que ten a súa maior concreción en vilas de tamaño medio –Ponteareas, Melide, Vilagarcía, Xinzo, As Pontes, O Barco...

En último lugar, aínda que non menos importante, é clave fixar un **Modelo de transparencia cara aos consumidores/as**. Toda a arquitectura do Comercio Xusto pode virse abaixo diante da sospeita, aínda que sexa infundada, dunha posible fraude nos prezos ou nos produtos.

Non se pode falar da humanización do comercio internacional sen falar de **economía social** (que sitúa o ser humano como elemento central). Fronte a aqueles que ven o Comercio Xusto coma un xeito máis de axudar a comunidades do Sur, dende un amplo sector das organizacións e empresas que se dedican ao Comercio Xusto, hai unha aposta polo Comercio Xusto cun **Modelo alternativo integral** que sirva para dar resposta:

Aos pequenos produtores/as do Norte e do Sur. Hoxe non existen intereses enfrontados entre os pequenos agricultores ou artesáns do Norte e do Sur tal como pretenden facernos crer os estados e as multinacionais. A democratización da comercialización, a produción centrada no mercado interno –e, xa que logo, o rexeitamento de subvencións ou aranceis abusivos na exportación–, a falla de terra para producir ou a necesaria soberanía alimentaria son elementos coincidentes dos pequenos produtores/as do Norte e do Sur.

Aos pequenos comerciantes fronte aos grandes monopolios de distribución e comercialización. Non se entendería por parte dos pequenos comerciantes que con grandes dificultades tiran adiante os seus negocios que este novo sector que pretende

ser xusto se convertese nun sector que fai competencia desleal con eles. Mesmo pode ocorrer como aconteceu no campo medioambiental, no cal hoxe se buscan alternativas para poñer en marcha proxectos de redución, reutilización e reciclaxe, pero antes destruíronse os mecanismos de reutilización e reciclaxe que tradicionalmente funcionaban no rural galego.

Aos **traballadores e traballadoras fronte á explotación salarial**. Non se trata só de asegurar as condicións de vida dos traballadores/as no espazo da produción senón na comercialización. É unha contradicción central que mina a base do propio Comercio Xusto a aposta que se fai dende algunha distribuidora por introducir produtos de Comercio Xusto nas mesmas multinacionais de distribución –El Corte Inglés, Carrefour...– que controlan o mercado internacional e explotan os seus propios asalariados.

Aos **consumidores do Norte** que temos dereito a estar informados do que consumimos e en que condicións éticas foron elaborados os produtos que mercamos. Xa que logo, temos dereito a produtos de calidade ou a unha alimentación sa.

LOS RETOS DEL COMERCIO JUSTO

Estos son algúns dos retos do Comercio Xusto para o futuro inmediato, conscientes de que a visión de AMARANTE sobre a distribución do o Comercio Xusto é “intelectualmente máis elaborado” porque parte da riqueza cromática dun tema que ten variables múltiples pero tamén por elo debemos ser conscientes que é máis difícil de explicar e de entender.

Así que deberíamos plantexarnos as seguintes liñas de intervención:

1. Buscar no Consumo Responsable un elemento central e diferenciador doutros axentes meramente comercializadores do sector do Comercio Xusto.
2. Traballar para crear redes transversais – redes de consumidores e produtores eco/xustos- en lugar de estruturas sectoriais corporativas – comisión de comercio xusto da CGONGDs -.
3. Crear relacións comerciais con empresas de economía social na busca de afortalar os elementos que permitan afianzar un futuro sector privado autosostible.
4. Traballar para fomentar novos hábitos de consumo alternativos e na aposta polo pequeno e mediano comercio fronte as grandes areas, diferenciando con claridade os hipermercados denunciados desde un punto de vista do consumo responsable polo que supoñen no tecido comercial, laboral e social do país – Froiz, Gadis, Mercadona, Eroski...- e as grandes distribuidoras internacionais con capacidade de fixar prezos, controlar monopolisticamente a distribución do sector de alimentación, que poden chegar a desnaturalizar o proxecto do comercio xusto e o que é peor a deixar sen espazo comercial a distribuidores internacionais alternativos – Carrefour, ... –
5. Afondar nos aspectos de sensibilización – seminarios, cursos, sgcx,... – e de presión sobre empresas e institucións – crl, cpe, ff. ee – como elemento clave da nosa misión transformadora. As tendas e a comercialización exterior están a disposición desa estratexia participando nos actos con contido social e non meramente comercial.

6. Promover e dar apoio tanto ao sur como no norte a iniciativas de comercio sur-sur, de cultivo biolóxico e de percorrido curto. Apoiar novas formas de comercialización alternativas (cooperativas de consumidores, integración percorrido curto ao CX etc.) ou as que pasen por incorporar aos pequenos produtores na propiedade de pequenas tendas ou cafeterías. Ex. TWIN-Café Direct.

7. Buscar vías para apoiar tamén aos movementos organizados no sur (de produtores ou non) que traballen para a denuncia do comercio inxusto. Nos cuestionamos se ten sentido apoiar organizacións que non fan incidencia política e denuncia do modelo neoliberal nos seus países.

8. Apostar pola existencia dun selo internacional e independente que asegure a trazabilidade do Comercio Xusto e alleo a presións de empresas e outros actores.

Por outra banda debemos estar atentos a outras certificacións alternativas, globais e independentes que poidan xurdir, así como abertos a certificacións complementarias dirixidas a organizacións -IFAT - ou a aspectos éticos complementarios.

9. Presionar ás administracións públicas para que desenvolvan lexislación sobre o Comercio Xusto tendo en conta os intereses dos produtores e a defensa do consumidor.

5. CONCLUSIÓN: POR UN NOVO MODELO DE CONSUMO

Trátase, pois, dunha aposta de carácter estratéxico por construír este Modelo Galego e Integral, no que implicar os axentes sociais e económicos necesarios. Do contrario corremos o risco de movernos no tacticismo que impoñen as vendas e a defensa dos pequenos nichos particulares ou nos discurso ideoloxicistas paralizantes –ou ben en ambos á vez–.

Consiste en avanzar cara a un novo modelo de **consumo responsable** que pivote sobre tres elementos relacionados dialecticamente, polo tanto, interrelacionados:

- **Consumo Consciente.** Utilización de criterios éticos de elección nunha ampla gama de posibilidades que ofrece o mercado.
- **Presión Política.** Campañas de Denuncia e de Sensibilización sobre empresas – RSC– e institucións –CPE -.
- **Construción de Alternativas.** Comercio Xusto, cooperativas de consumo, produción orgánica...

Os cambios necesarios para outro mundo posible pasa por alternativas políticas pero tamén por alternativas de vida. A nosa incidencia sobre gobernos está relativizada polos tempos electorais como cidadáns/ás pero é diaria cando a exercemos como consumidores/as. En todo caso, ao sector implicado correspóndelle poñer en marcha os mecanismos comerciais e educativos para facilitar que unha maioría social poida recuperar o mercado como elemento de intercambio social e cultural e de creación de riqueza tal como o era antes do capitalismo mercantil transoceánico.