

Debates y controversias del Comercio Justo. El problema de la justicia, una reflexión crítica sobre las formas de comercialización alternativas

Debates and controversies of Fair Trade. The problem of justice, a critical review on alternative markets

Ángeles Tepox Vivar¹ y Álvaro Martínez Quezada²

Resumen: El Comercio Justo surge como un movimiento que reivindica la conformación de relaciones comerciales equitativas y solidarias entre los consumidores y los pequeños productores localizados en el en los países del sur. Sin embargo, su evolución, institucionalización y la diversificación de organizaciones que participan en el dispositivo comercial representan factores que ponen en entredicho el cumplimiento de los principios que enarboló en sus inicios. El propósito del trabajo consiste en identificar puntos de debate teniendo como marco de referencia el concepto de justicia.

Abstract: Fair Trade arises as a movement that demands the creation of equitable and solidary commercial relations between consumers and small producers located in the South. However, the development, institutionalization and the diversification of organizations that participate in the commercial device represent factors tensions within the movement. The purpose of this paper is to identify points of debate with the concept of justice as a frame of reference.

Palabras clave: Comercio Justo; Justicia; Sustentabilidad; Pequeños productores; Mercados Alternativos

Introducción

La conformación del proyecto neoliberal ha generado importantes transformaciones en los patrones de producción y consumo a nivel mundial. Si bien el mercado emergió como la entidad reguladora de la economía y de la vida social, surgieron a la par, diferentes iniciativas a nivel social que cuestionan la lógica de la ganancia y la productividad como únicos criterios válidos

¹ Maestra en Desarrollo Económico y Cooperación Internacional. Actualmente estudiante del Doctorado en Estudios Regionales adscrito a la Universidad Autónoma de Chiapas. Líneas de investigación: problemas sociales de las organizaciones cafetaleras y mercados alternativos. Correo electrónico: tepox.angeles.17@gmail.com

² Doctor en Ciencias Sociales con orientación en Desarrollo Rural Regional. Profesor-investigador de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Chiapas. Líneas de investigación: desarrollo rural, migración y comercio justo. Correo electrónico: amtz1756@gmail.com

para que la sociedad produzca y consuma.

De igual forma, el proyecto neoliberal ha evidenciado su incapacidad para generar condiciones favorables al desarrollo humano. En el caso particular de los pequeños productores, el neoliberalismo los ha colocado en posiciones desfavorables para negociar respecto a otros actores que participan en la producción y comercialización de alimentos como los grandes consorcios alimenticios.

Ante este escenario de desigualdad en el que participan los pequeños productores, consumidores conscientes de esta situación deciden poner en práctica un intercambio comercial que se centra en valores éticos que colocan en el centro al ser humano, y, por ende, se aleja de los criterios de la ganancia y productividad como únicos ejes del comercio.

El Comercio Justo (CJ) nace como una preocupación ética. En sus inicios, el CJ planteó la necesidad pensar y construir intercambios comerciales que contribuyeran a impulsar el desarrollo humano de los pequeños productores. El CJ nace en el seno de un movimiento amplio y heterogénea de consumidores que ven en el acto de compra una forma de participación ciudadana y, además, se involucran en los problemas que enfrentan en la producción y comercialización los pequeños productores.

La preocupación ética de solidaridad con los productores del sur se concretizó en la creación de la etiqueta Max Havelaar. La etiqueta representaba el acuerdo entre consumidores y pequeños productores. El consumidor estaba dispuesto a pagar un sobreprecio (respecto al nivel de precios en el mercado convencional) que favoreciera a mejorar las condiciones de vida de los agricultores. Ésta propuesta ganó adeptos alrededor del mundo y con ello la creación de esfuerzos similares. La diversidad y aceptación del CJ derivó en la necesidad de construir acuerdos, unificar principios y formas de funcionamiento entre los actores que participaban, dicho proceso decantó en la institucionalización del CJ. A la luz de estas premisas, el presente trabajo tiene el objetivo de identificar y analizar cómo precisamente la evolución del CJ, la construcción de acuerdo y la forma de funcionamiento del dispositivo comercial, ha generado una serie de debates y controversias que comprometen el respeto de los principios éticos con los que surge el movimiento.

El presente trabajo se estructura en cuatro apartados. En el primer apartado, se analizan de manera breve dos aspectos. En primer lugar, se realiza una revisión de las características,

principios medulares y funcionamiento del Comercio Justo. En segundo lugar, se hace una revisión del proceso de institucionalización que sufrió el CJ centrándose en dos aspectos: el establecimiento de un sistema que garantice la confianza del dispositivo de comercialización y por último en las estrategias de venta que tiene el CJ:

En la segunda sección se realiza una breve discusión del significado de justicia desde el enfoque económico y político. En este apartado se demuestra, por un lado, que no existe una única visión de este concepto y, por otro lado, se propone resolver los problemas de injusticia en términos prácticos, más allá de centrarse en la elaboración de una teoría acabada y perfecta de la justicia o en las instituciones como únicos instrumentos legítimos para su impartición.

En el tercer apartado se perfilan una serie de inconsistencias en términos de coherencia entre los principios con los que surge el CJ y su práctica actual. Dicha reflexión se realiza en aras de identificar hasta qué punto se ha comprometido el principio de justicia tras el proceso de institucionalización y el involucramiento diversos actores en este dispositivo de comercialización. Finalmente, en el cuarto apartado, se presentan las principales conclusiones.

1. ¿Qué es el Comercio Justo?

El Comercio Justo (CJ) forma parte de un movimiento social global que promueve un tipo de comercio fundado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. El CJ se plantea coadyuvar al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y respeto de los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos. Las organizaciones que forman parte del CJ se comprometen a apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para lograr cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional. (World Fair Trade Latin America, 2016).

En 1988, la Agencia holandesa “Solidaridad”, crea el primer sello de CJ denominado Max Havelaar. Posteriormente a principios de la década de los 90, ésta iniciativa dio pauta para el surgimiento de sellos similares en la Unión Europea, uniéndose a esta lista: Trasnfair, Sello Fairtrade, Rättvisemärkt y Reilukauppa, por citar algunos.

Para 1997, este conjunto de organizaciones creó el Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO). El principal objetivo de este sello consistió en unificar los criterios y los procesos de certificación del Comercio Justo. En el 2002 FLO, lanza el sello de Certificación del

Comercio Justo FAIRTRADE (Internacional Fairtrade Certification Mark), con el propósito de visibilizar el sello en las grandes cadenas de supermercados, así como de agilizar el comercio internacional y facilitar los procedimientos de exportaciones. En el año 2004, FLO se divide en dos organizaciones independientes: FLO y FLO-CERT. FLO se encarga de definir los criterios del Comercio Justo con particular énfasis en el apoyo a los productores para fortalecer su capacidad organizativa. FLO-CERT tiene la tarea de inspeccionar y certificar a las organizaciones que comercializan, así como el seguimiento y control de los productos certificados (Fairtrade s/f).

El último cambio relevante en la estructura de FLO se dio durante el 2011. Fair Trade USA (FTUSA) anunció la renuncia de sus miembros del sistema Fairtrade Internacional. El tema de disputa fue la pertinencia de involucrar a los grandes productores al CJ, esta propuesta no tuvo aceptación por parte de toda la estructura y derivó en la salida de FTUSA (Mendoza, 2013).

El sistema Fairtrade funciona por medio de la Asamblea General y el Consejo de Administración. Los miembros de Fairtrade se reúnen una vez al año en la Asamblea General. La composición de la asamblea cuenta con 50% de representación de las redes de los productores (Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo (CLAC), *Fair Trade Africa* y *Network of Asian Producers*). Y el 50% restante les corresponde a las organizaciones nacionales Fairtrade (NFOs). La Junta de Fairtrades elegida por la Asamblea General e incluye: cuatro miembros de la junta designados por las tres redes de productores, cuatro miembros de la junta nominados por las NFOs y tres miembros independientes. Temas como membresías, aprobación de cuentas anuales y ratificación de nuevos directores de la Junta, son resueltos en este espacio (Fairtrade, 2017).

El movimiento de CJ asume una visión del mundo donde la justicia y el desarrollo sostenible conforman el núcleo de las estructuras y prácticas de comercio. Esta visión, por lo tanto, ve al comercio como un medio efectivo que contribuye al desarrollo humano. La formulación de los principios del CJ se realiza a partir de la experiencia práctica de las diferentes Organizaciones de Comercio Justo. Los principios medulares son:

- 1) Acceso al mercado de los pequeños productores. El CJ contribuye a reducir la cadena comercial, de tal suerte que los pequeños productores reciben un precio de venta final de sus productos superior al del comercio convencional.
- 2) Relaciones comerciales sostenibles y equitativas. Las condiciones comerciales

ofrecidas por el CJ permiten cubrir los costos de producción, así como la protección de los recursos naturales y garantizar inversiones futuras.

3) Desarrollo de capacidades y empoderamiento. Las relaciones de CJ permiten a las organizaciones de productores comprender mejor las condiciones de mercado y desarrollar habilidades para ejercer más control e influencia sobre sus vidas.

4) Sensibilización de los consumidores e incidencia política. El CJ facilita la conexión entre los productores y los consumidores.

5) El Comercio Justo como un “contrato social” El CJ no es caridad, es una relación que promueve el desarrollo a través del comercio, por lo tanto, las transacciones de CJ tienen como base un “contrato social” tácito. Dicho contrato implica que los consumidores se involucran con los productores más allá de la adquisición de sus productos, es decir, los consumidores están dispuestos a pagar precios justos, proporcionar prefinanciación y ofrecer apoyo para el desarrollo de capacidades. A cambio, los productores utilizan los beneficios del CJ para mejorar sus condiciones sociales y económicas. (Fairtrade, 2009: 5-7)

Para instrumentalizar los principios en y hacer funcional la estructura de FLO, se generaron una serie de acuerdos entre los diversos actores que participan en el dispositivo comercial. Estos acuerdos se denominaron estándares y han marcado la pauta de funcionamiento del CJ. En palabras de FLO los estándares Fairtrade están pensados en la lógica de combatir la pobreza y dotar a los productores de las herramientas necesarias para mejorar su situación a través de la venta de sus productos en condiciones más justas. Los estándares se aplican tanto a los productores como a las comercializadoras. Su cumplimiento se vigila a través de auditorías independientes ejecutadas por FLOCERT Fairtrade International utiliza un sistema de consultas previas con todos los implicados y expertos de cada sector, para determinar qué estándar se adecúa mejor al contexto de cada producto y país. Los principales criterios Fairtrade son los siguientes:

- i. Desarrollo social: Los pequeños productores deben de contar con una estructura organizativa que les permita llevar un producto al mercado. Adicionalmente, una gestión democrática de las organizaciones permite a los productores decidir por sí mismos cuales son las prioridades para ellos y en correspondencia administra la Prima

Fairtrade.

1. Desarrollo económico: Los compradores se comprometen a un Precio Mínimo de Comercio Justo y de una Prima Fairtrade a los productores. El Precio Mínimo de Comercio Justo permite al productor cubrir los costos de una producción sostenible. La Prima Fairtrade es dinero adicional percibido por los productores. La Prima debe de ser invertida en tópicos que contribuyan a mejorar la situación de las comunidades locales.

2. Desarrollo medioambiental: Prácticas agrícolas respetuosas del medio ambiente. Sin embargo, no se exige certificación orgánica dentro de los estándares Fairtrade.

3. Trabajo forzoso y trabajo infantil: El trabajo forzoso y el trabajo infantil están prohibidos. (Fairtrade Ibérica, 2016)

FLOCERT operativiza los criterios Fairtrade en “Criterios de Cumplimiento” para convertirlos en puntos de control verificables y que serán evaluados durante el proceso de certificación. (FLOCERT, 2017). El certificador podrá imponer, según su propio criterio, sanciones si se detectan inconsistencias en el cumplimiento de los criterios. Las sanciones pueden ser desde la anulación del permiso de comercialización hasta imposición de sanciones financieras. (FLOCERT, s/f)

1.2 Institucionalización del CJ

El CJ nació como una iniciativa solidaria de consumidores conscientes de las condiciones desfavorables de comercialización en las que se encuentran los pequeños productores. Para que esta solidaridad se pudiera concretizar se establecieron acuerdos que mediarían los intercambios comerciales. Cuando surgió Max Havelaar, su principal función consistió en generar el acercamiento entre los productores organizados y los torrefactores, ni la compra ni la venta de café estaba entre sus facultades. Max Havelaar se encargaba de certificar la autenticidad de la etiqueta, controlar las operaciones de quienes detentaban las licencias, verificar el funcionamiento democrático de las cooperativas y promocionar, entre los consumidores, el café equitativo (Renard, 1999).

Sin embargo, el incremento de ventas, el surgimiento de diferentes iniciativas y la

incorporación de diversos actores han decantado en la necesidad de unificar criterios, principios, acuerdos y estrategias de las diversas iniciativas que surgieron a raíz del Max Havelaar y con ello, la institucionalización del CJ.

Ahora bien, el CJ se fundamenta en la confianza del consumidor. Por ende, el consumidor está dispuesto a pagar un sobreprecio si tiene la seguridad de que éste (sobreprecio) realmente llegará a los productores marginados. Esa confianza se establece en un proceso sistémico altamente abstracto, ya que el consumidor deja de cuestionarse lo que pasa detrás de su compra y delega en el sistema la responsabilidad de definir aquello que remite a la solidaridad social y desarrollo sustentable de las organizaciones campesinas que participan en el comercio justo. Para refrendar dicha confianza, es necesaria la creación de un sistema que ofrezca el respaldo de un conjunto de normas y procedimientos emitidos por expertos, además, que exista una posición imparcial para actuar en caso de requerirse una sanción ante el incumplimiento de la norma. En el caso de los sistemas complejos, la confianza se opera mediante procesos de certificación. En ese sentido, el crecimiento y complejidad del comercio justo, ha derivado en el fortalecimiento de los mecanismos que validan la confianza en el dispositivo comercial. (González y Doppler, 2007:191)

Por otro lado, el comercio justo se caracteriza por implementar dos estrategias de distribución elementales: Red de comercialización alternativa y canales tradicionales con productos que ostente la etiqueta FLO. La primera estrategia consiste en generar canales de distribución en las que se ofrecen productos de comercio justo exclusivamente; en el segundo caso la etiqueta FLO permite la identificación de productos de comercio justo vendidos en el mercado tradicional. La primera estrategia forma parte de la esencia con la surge el comercio justo. Los fundadores comenzaron a ofrecer productos del sur en tiendas especializadas dirigidas por activistas y voluntarios. Desde estos comienzos, las tiendas han evolucionado de puntos de encuentro a puntos de venta profesional, constituidos a través de formalización de reglas de operación y la creación de redes nacionales. En este esquema, las Organizaciones de Comercio Alternativo (ATO's por sus siglas en inglés) trabajan directamente con productores del Sur y garantizar el respeto de los criterios de comercio justo con respecto a productos que importan. El hecho de que la red alternativa haya creado su propia estrategia para asegurar la credibilidad del sistema mediante el cual distribuyen el producto es en sí misma una forma de institucionalización.

Por otra parte, la segunda estrategia ha permitido que el comercio justo penetre los canales de distribución convencional, respondiendo a la lógica de que a mayor número de ventas más productores se verían beneficiados. (Gendron, Basaillon y Otero, 2008: 67-68)

Como se observa, paradójicamente la evolución del CJ significó la necesidad de su institucionalización. La necesidad de unificar principios y criterios que permitieran poner en marcha el dispositivo comercial significó la generación de acuerdos entre los actores que participaban. Sin embargo, esos acuerdos atomizaron el activismo de los consumidores, es decir, transitaron los consumidores de actores protagonistas a actores que están a la sombra de la estructura de FLO.

Este proceso en el que se establecieron acuerdos y se formalizó la estructura de un buró que articulara a las diferentes organizaciones y demás actores sentó bases que contribuyen a comprometer los principios con los que se fundó el CJ. Inicialmente, la preocupación de solidaridad con los pequeños productores era el eje que articulaba los acuerdos. Existía una preocupación por los consumidores de participar activamente en la generación de espacios que favorecerán a los pequeños productores, desde presionar a las torrefactoras ubicadas en los países consumidores, hasta denunciar las prácticas antiéticas de las grandes transnacionales y por supuesto, generar vínculos directos con los pequeños productores. Ahora ese activismo político ha sido sustituido como una estructura que se encarga tanto de establecer acuerdos como de cerciorarse de que éstos se cumplan. Si bien la etiqueta surge como un símbolo de identidad entre los consumidores conscientes, ahora, la etiqueta garantiza el cumplimiento de acuerdos, pero sin un involucramiento real de los consumidores. Es decir, ese involucramiento de los consumidores se ha atomizado en la estructura de FLO.

Por otro lado, la estrategia de priorizar las ventas en el mercado convencional significó abrir la puerta del CJ a actores como las transnacionales. Si bien, en un primer acercamiento, la idea de diversificar los puntos de venta de productos provenientes del CJ con miras a incrementar los volúmenes de venta resulta incluso una necesidad ante la facilidad con que se satura el nicho de mercado de los productos de CJ. No se pueden colocar en segundo plano la preocupación ética que se reivindica. La incorporación de grandes comercializadoras y grandes consorcios fue ampliamente criticado por la facción más tradicional del CJ y el motivo de disputa no es menor. La visión centrada en vender por vender da al traste con el principio de solidaridad con el que

surge el CJ. Si bien es importante vender el producto, no es el objetivo principal, lo central en este canal de venta es la solidaridad con los pequeños productores, el centro es el ser humano, no el incremento de las ventas por sí mismo.

Recapitulando: el planteamiento de CJ propone realizar intercambios comerciales teniendo como eje central a las personas y no a la ganancia. Para hacer practica esta preocupación ética se elaboraron acuerdos, que a la luz del incremento de ventas y la diversificación de actores que participan en el dispositivo de comercialización han decantado en la institucionalización del CJ y con ello, se han comprometido las motivaciones éticas con las que surgió el movimiento.

2 Justicia: una breve discusión teórica

La Justicia es un concepto clave en las formas de comercialización alternativas, sin embargo, dicho concepto se incorpora con naturalidad y poca precisión al discurso de los militantes, por ello es pertinente realizar una reflexión respecto a este concepto.

El movimiento de CJ, así como la pluralidad de iniciativas de comercialización y producción, responde a una inquietud de tipo ética. Ante el dominio cada vez mayor del libre mercado y de la ganancia como su principal meta.

El neoliberalismo no sólo ha realizado esfuerzos para imponerse como eje rector de la vida económica, sino también de la vida en términos sociales. Por tanto, la principal reflexión es respecto a los principios éticos y el bien común de la sociedad.

No obstante, la justicia no sólo es un tema de debate sino también conjunta diferentes aristas y en diferentes niveles del conocimiento. Por un lado, la difícil tarea de definir qué es lo justo y por otro lado su instrumentalización y concretización de acuerdos a nivel social en términos generales y en términos también específicos en el espacio de vida concreta en que se aplique. Es decir, la justicia implica articular de manera transversal aspectos filosóficos, éticos, culturales, sociológicos, políticos y en este caso también económicos.

2.1. ¿Qué es la justicia?

Se entiende a la Justicia cómo el orden de las relaciones humanas. Se pueden distinguir dos principales significados: i) la Justicia es la conformidad de una conducta a una norma, por tanto, la polémica filosófica, jurídica y política habla sobre la norma que se toma en examen. Según

Aristóteles la justicia es una virtud completa porque el que la posee puede servirse de una relación a sí mismo y en relación con los demás. Aristóteles también elabora dos formas particulares de Justicia: a) Justicia distributiva y la Justicia conmutativa, consisten en conformarse a normas que establecen la igualdad entre los méritos y las ventajas de cada uno. ii) La justicia referente a la norma y su eficacia o capacidad de hacer posibles las relaciones humanas, en este caso el objeto del juicio es la norma en sí misma y por tanto las diferentes teorías de justicia corresponde a los diferentes conceptos del fin respecto al cual se mide la eficacia de la norma. Los fines más recurridos los siguiente: a) la felicidad; b) la utilidad; c) la libertad; d) la paz. (Abbagnano, 1974)

Desde las ciencias políticas, la justicia conmutativa regula los intercambios, su propósito central consiste en que las dos cosas que se intercambian sean de igual valor, con el fin de que el intercambio sea considerado “justos”. Por tanto, una compraventa es justa, en tanto que el precio corresponde a la calidad o cantidad del trabajo realizado. La justicia distributiva es en la que se inspira la autoridad pública para la distribución de honores y gravámenes. Su propósito es que a cada uno le sea dado lo que le corresponden en función de determinados criterios. (Bobbio, 1989: 15-19)

2.2 La justicia para Rawls

Jonh Rawls es uno de los teóricos políticos más relevantes del siglo XX, si bien la Justicia como categoría no tienen un consenso, este autor realizó una ardua reflexión y elaboró una de las obras capitales sobre la justicia. En su libro “La teoría de la justicia” (1975), el autor propone que la justicia de un esquema social depende substancialmente de cómo se asignan los derechos y deberes fundamentales, y de las oportunidades económicas y las condiciones sociales en los diversos sectores de la sociedad. Por tanto, una concepción de la justicia social ha de ser considerada como aquella que proporciona, en primera instancia, una pauta a partir de la cual se evalúan los aspectos distributivos de la estructura básica de la sociedad.

Dicha pauta no debe ser confundida, con los principios definatorios de las otras virtudes, ya que la estructura básica y los arreglos sociales en general pueden ser eficientes o ineficientes, además de justos o injustos. Una concepción completa que precise los principios para todas las virtudes de la estructura básica, así como su respectivo peso se conecta con una concepción de la

sociedad, una visión del modo según el cual han de entenderse los fines y propósitos de la cooperación social. Las diversas concepciones de la justicia son el producto de diferentes nociones de sociedad, por tanto, dice Rawls, para entender plenamente una concepción de la justicia es necesario hacer explícita la concepción de cooperación social de la cual se deriva.

La discusión y examen teórico que realiza Rawls, se plantea presentar una concepción de la justicia que se factible de generalizar y permita llevar a un nivel superior de abstracción la idea del contrato social tal y como lo platean Locke, Rousseau y Kant. Por ende, la idea central en dicha propuesta ve a los principios de la justicia como el *acuerdo original*, es decir, las personas libres y racionales están interesadas en promover sus propios intereses y por ello estarían de acuerdo en una posición inicial de igualdad como definitorios de los términos fundamentales de asociación. Dichos principios han de mediar todos los acuerdos posteriores.

La reflexión que realiza Rawls compara la justicia como imparcialidad con variantes familiares del intuicionismo, perfeccionismo y utilitarismo. En ese sentido, la tesis central expresa que cuando las instituciones más importantes de la sociedad están organizadas de tal modo que se logra el mayor equilibrio neto de satisfacción distribuido entre todos los individuos que perteneces a una sociedad, entonces ésta se encuentra correctamente ordenada y por lo tanto, es justa. El autor presupone la existencia de una sociedad relativamente homogénea, y además existe un consenso en lo que constituye la vida y en el establecimiento de sus creencias morales básicas.

2.3 La Justicia para Amartya Sen

En términos generales, Amartya Sen (2010) en su libro *“La idea de la Justicia”*, elabora una propuesta teórica de justicia que tienen como principal propósito esclarecer cómo plantear la cuestión del mejoramiento de la justicia y la separación de la injusticia. En lugar de ofrecer respuestas a las preguntas respecto a la naturaleza de la justicia perfecta, Sen se posiciona respecto a las reflexiones previas de la justicia, en particular con el trabajo de Rawls en tres aspectos:

- i. La teoría de la justicia está en posibilidades de ser un referente clave para el razonamiento práctico. Dicho referente debe de incluir maneras de juzgar el cómo se reduce la injusticia y se avanza hacia la justicia, en lugar de sólo

caracterizar sociedades perfectamente justas. Es decir, si bien en términos teóricos no se logre llegar a una idea de la justicia acabada, esto no invalida la posibilidad de identificar las tareas *prácticas* pendientes de la justicia como tal.

ii. Existe una necesidad de argumentación razonada, mientras muchas cuestiones de justicia comparada pueden ser resueltas con éxito y pactadas con argumentos razonados, también existen otras comparaciones en las cuales las consideraciones en conflicto no están completamente resueltas. Sen señala la necesidad de razonamiento e indagación que debe realizarse en un contexto de pluralidad, es decir, sin perder rigor en el análisis, existen diversas formas de razonar y no deben de excluirse, dada la diversidad y heterogeneidad social que hay a nivel mundial.

iii. La justicia está en función de la vida de la gente y no simplemente de la naturaleza de las instituciones que las rodean. Muchas de las teorías de justicia se concentran en establecer “instituciones justas”, y suponen una función subordinada, los factores que determinan el comportamiento individual y social, en lugar de reflexionar en las vidas que la gente es capaz de vivir. En otros términos, la propuesta plantea trasladar el énfasis, de las instituciones a las vidas reales de las personas, para la evaluación de la justicia. En ese sentido es fundamental señalar que no hay una justicia perfecta a pesar de los avances en términos sociales, por tanto, los enfoques de los principios de la justicia no deben de ser definidos en función de las instituciones, sino más bien en función de las vidas y libertades de las personas involucradas, las instituciones juegan un papel capital en términos instrumentales en pro de la búsqueda de la justicia.

Sen argumenta que la democracia ha de verse en función de la capacidad de enriquecer el encuentro razonado a través del mejoramiento de la disponibilidad de información y la viabilidad de discusiones interactivas. La democracia debe juzgarse no sólo por las instituciones formales existentes sino también la capacidad que tenga para incorporar de manera real (no solo formal) las voces diferentes de sectores distintos del pueblo.

La tarea que emprendió Sen no es un asunto menor y mucho menos sencillo, es una fuerte

crítica al empeño de lograr una sola idea de justicia y que esta además sea *perfecta*. A la vez, la discusión es clave en los procesos económicos en los que la ganancia y la productividad se han instaurado como los únicos criterios de verdad. Sin miras a reducir la amplia discusión, de fondo sigue presente la necesidad de replantearse los criterios de eficiencia y ganancia por principios éticos que tengan como principal a los seres humanos.

3 Controversias al interior del Comercio Justo

El componente ético que caracteriza al CJ, trae implícito un problema práctico. Es decir, de qué manera se establecen acuerdos entre los actores que participan en el dispositivo de comercialización de tal suerte que se conserven los valores éticos de solidaridad y autonomía que se oponen a la lógica depredadora de la ganancia del mercado convencional.

Como se ha visto previamente, si bien la preocupación de generar espacios favorables para los pequeños productores es legítima, en la práctica existen una serie de incoherencias con el planteamiento ético.

En primer lugar, el tema de la justicia es clave. Si bien se refrenda en el discurso y en el propio nombre que se le da al dispositivo es fundamental preguntarse hasta donde la visión de justicia que se refrenda es una visión pensada desde los países consumidores. Como se señalaba en el apartado anterior, existen diferentes formas de razonar aquello que se entiende por justicia y por tanto, más que empeñarse en establecer una noción única el problema sería como avanzar en términos pragmáticos.

En ese sentido, Goodman, DuPuis y Goodman (2015) se plantean las siguientes interrogantes: ¿es la justicia una cuestión que determina "lo bueno", como "buena comida", y luego intenta mover a la sociedad hacia este ideal? ¿O es la adopción de un conjunto único de valores universales intrínsecamente no igualitarios, en la medida en que algunos miembros de la sociedad determinan un conjunto singular de ideales no necesariamente compartidos por otros?, en otras palabras, las tensiones entre los ideales democráticos de la autonomía individual y las nociones soberanas del "bien común" constituyen un debate central en la teoría política moderna, comprender el significado de la justicia contribuye a esclarecer las cuestiones de la alimentación local y la justicia social.

En segundo lugar, la institucionalización de CJ, la elaboración de estándares ha

comprometido la autonomía de las organizaciones y con ellos de sus territorios. La generación de acuerdos para operativizar los principios y estándares del CJ derivó en la conformación de FLO. Sin embargo, no existe el involucramiento real de organizaciones en la generación de acuerdos sigue siendo un tema pendiente. Para Gonzáles, Linck, y Moguel (2003), el mercado solidario pese a que representa una interesante alternativa para los cafecultores, dispone de un restringido margen de negociación de precios y volúmenes de venta. Por tanto, la posibilidad de potenciar las ventajas del mercado solidario estará en función del sentido que se le da a la construcción de las reglas, de su congruencia con los valores y representaciones propios de las sociedades campesinas y de las disposiciones que precisan en cuanto a regulación de la oferta. Se requiere, por ende, de una mayor participación de las empresas sociales en la definición de los criterios éticos y en la fijación de los procedimientos de certificación.

En esa misma línea de reflexión, Menser (2008) señala el problema de la autodeterminación del territorio mediante el concepto de democracia máxima. Si bien dicha discusión se centra específicamente a la soberanía alimentaria, es válida la preocupación: la democracia máxima enfatiza el derecho y la capacidad del agricultor y sus comunidades para controlar la producción agrícola y satisfacer la necesidad de las comunidades locales, los trabajadores y los consumidores locales y no locales. Es decir, si bien los pequeños agricultores se encuentran entre los procesos de asimetría de poder en el mercado y por otro lado con heterogéneos movimientos consumidores. Estos pequeños productores integrantes de sus comunidades, organizaciones y de un territorio determinado, no deberían de subordinarse a ninguna de las dos fuerzas, más bien la perspectiva sería defender y construir *su propio* proyecto.

Ahora bien, a la par de los aspectos señalados, para VanderHoff (2008: 58-60) existen tres puntos fundamentales que se incorporan al debate: la identidad del CJ, el predominio de los actores de los países del norte y la visión del CJ.

Existe una fuerte tendencia, principalmente entre los consumidores del Norte, a identificar al CJ como un mecanismo de combate en lugar de los valores y principios necesarios para crear un nuevo tipo de mercado. El deseo de "ayudar a los pobres" puede extraviar fácilmente a las organizaciones de CJ. Para el CJ la pobreza no es el problema, el problema es un sistema de comercio injusto e irracional.

Por otra parte, existe una clara predominancia de los actores del norte. La organización,

estructura y cultura de las organizaciones formales de comercio justo, así como la toma de decisiones está en manos de personas del Norte y no de los pequeños productores del Sur. La lógica de los productores organizados del sur y la lógica de los del Norte, que forman parte del comercio justo no siempre concuerdan. Estos últimos son a menudo más comprometido con el objetivo de reducir la pobreza y colocan en segundo plano la defensa de los valores y las prácticas del mercado alternativo. Como resultado suelen enfocarse en la venta de productos a casi cualquier costo. Por ese motivo la estructura de FLO permitió la incorporación de Nestlé en el mercado de comercio justo, una empresa cuya práctica comercial es completamente contraria a los valores que reivindica el CJ.

Ahora bien, la visión del CJ. La conformación de un mercado de comercio justo es parte de una lucha más amplia, y por esa razón hay una necesidad urgente de hacer alianzas con otros movimientos. Sin embargo, los responsables políticos en CJ han priorizado ser *políticamente* correctos y no han efectuado alianzas para contrarrestar el régimen neoliberal. Así pues, el CJ debe de desarrollar plenamente la democracia tanto en sus instituciones como en las diferentes organizaciones que participan en ellas. Un paso fundamental en este proceso de renovación es incorporar y aprender de la experiencia de los pequeños productores.

4. Conclusiones

La evolución del comercio justo demandó la generación de acuerdos que, paradójicamente, al formalizarse generaron mecanismos que comprometen el cumplimiento de los principios con los que surge el CJ. La institucionalización de la confianza significó por una parte la transición de un fuerte activismo a una fase más “pasiva” en la que el dispositivo de comercialización garantiza que el sobreprecio llegue a los pequeños productores. Por otra parte, la estrategia de venta en el mercado convencional abrió la puerta a las grandes comercializadoras y transnacionales, que, si bien contribuyen a la venta de productos provenientes del CJ, no cuestionan ni erradican sus prácticas depredadoras en el mercado convencional.

Por otro lado, la justicia es un concepto incorporado de forma poco precisa en el discurso del CJ (y otras formas alternativas de comercialización). Éste hecho exige, por tanto, la generación de un discurso claro y elaborado de manera conjunta por los actores que participan en el CJ. La idea de la justicia, que reivindica el CJ, no puede tener como único referente la posición

de los países del norte, debe articularse la visión y experiencia de las organizaciones de pequeños productores.

En ese mismo sentido, más allá de la formalidad que significa la conformación y funcionamiento de la estructura de FLO, no hay que perder de vista que lo importante son las personas que conforman las organizaciones de consumidores y de productores que dan vida a FLO. Por tanto, es fundamental democratizar en términos reales FLO, si bien los acuerdos y estándares son claves en el funcionamiento del dispositivo de comercialización, lo fundamental no es FLO, sino la construcción de reglas más equitativas y solidarias con los pequeños productores.

El problema de la identidad es clave en estas controversias. El CJ toma distancia de la ayuda humanitaria, es decir el CJ no es un mecanismo para compensar la pobreza, es un movimiento de consumidores consientes que ven en el comercio, un medio efectivo para detonar procesos de desarrollo social. Si los consumidores y productores pierden esa identidad, realizarán intercambios comerciales, pero éstos no se ejecutarán en los marcos del CJ. Siendo la consecuencia inmediata transgredir los principios con los que surge esta iniciativa.

Finalmente es pertinente preguntar ¿de qué manera se incorporan los pequeños productores a las estructuras del comercio justo? ¿La vinculación entre productores y consumidores es formal, o hasta donde el pequeño agricultor tiene incidencia real en las “reglas del juego”? No es el objetivo demeritar esta iniciativa, pero es necesario tener una visión crítica de estas formas de articulación que pueden reforzar el dominio global al reducir a los pequeños agricultores a simples proveedores de productos que se enfocan en generar estrategias que les permitan mantenerse en el mercado, diversificando y manteniendo las certificaciones para garantizar un sobre precio.

Bibliografía

- Abbagnano, Nicola. (1974). *Diccionario de filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, Norberto. (1989). *Estado, gobierno y sociedad: por una teoría general de la política* (1 era ed.). (J. F. Santillán, Trad.) México: Fondo de Cultura Económica.
- Doppler, Flurina, & González, Alma Amalia. (2007). El comercio Justo: entre la institucionalización y la confianza. *Problemas del desarrollo*, 38(149), 181-202.

- Fairtrade. (Enero de 2009). Carta de los principios del Comercio Justo. Recuperado el 08 de 01 de 2018, de http://www.fairtrade-advocacy.org/images/FTAO_charters_3rd_version_ES_v1.3.pdf
- Fairtrade. (2016). Sobre Fairtrade: Estándares Fairtrade. Recuperado el 06 de 01 de 2018, de Fairtrade Ibérica Impact Hub Madrid: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/estandaresfairtrade/>
- Fairtrade. (Sin Fecha). ¿Quiénes somos?: Historia de Fairtrade. Obtenido de <https://www.fairtrade.net/es/about-fairtrade/history-of-fairtrade.html>
- González Cabañas, Alma Amalia., Linck, Thierry, & Moguel, Reyna. (2003). El comercio de valores éticos: Las reglas del juego del café solidario. *ERLACS*, 75, 31-45.
- Goodman, David. (2014). 2. Coming home to eat? Reflexive localism and just food. En D. Goodman, M. Dupuis, & M. Goodman, *Alternative Food Networks Knowledge, practice and politics* (págs. 11-32). New York: Routledge.
- Mendoza, René. (2012) "Hacia la re-invencción del 'Comercio Justo'". (En línea) Disponible en <https://www.nodo50.org/ceprid/spip.php?article2211> (Accesado el 20 de noviembre de 2017)
- Organization, W. F. (2016). Comercio Justo: ¿Qué es? Recuperado el 03 de 01 de 2018, de WFTO-LA - Oficina regional para Latinoamérica de la Organización Mundial de Comercio Justo: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>
- Rawls, John. (1975). *Teoría de la Justicia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Renard, Marie-Christine. (1999). Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café. México: Misceláneas.
- Sen, Amartya. (2010). *La idea de la justicia*. Madrid: Taurus Ediciones.
- Vander Hoof Boersma, Francisco. (2009). The urgency and necessity of a different type of market: The perspective of Producers Organized within the Fair Trade Market. *Jornal of Business Ethics*, 51-61.