

AIZU !!!

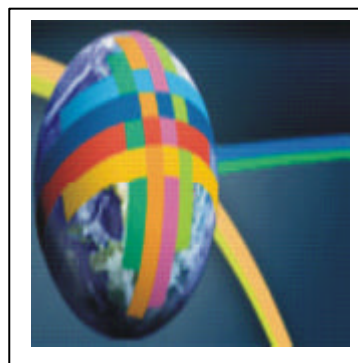


COMERCIO JUSTO CONSUMO RESPONSABLE

Secretariado Diocesano de Pastoral Obrera
Langile Pastoraltzako Elizbarrutiko Idazkaritza
Bilbao. Enero 2006. Aizu!!! n° 11

Con una Vigilia de oración en la iglesia de los Santos Juanes de Bilbao, finalizábamos los actos del 16 de diciembre dentro del **“Gesto de Solidaridad”**, que nuestra diócesis de Bilbao había asumido para este curso bajo el lema: **“POBREZA CERO, HOY ES POSIBLE – POBREZIAREN HONDAMENA, GAURKO EKIMENA”**.

Desde la plataforma en la que hemos estado organizando la Campaña y el Gesto Diocesano hemos valorado muy positivamente ambas realizaciones. Nuestra preocupación, en estos momentos, es que dándonos por satisfechos con lo que hemos efectuado, nos olvidemos de los Objetivos de desarrollo del Milenio y de algunas reivindicaciones de la campaña Pobreza Cero. Nosotros, desde este Secretariado, vamos a procurar que la **“antorcha”** de los ODM no se apague.

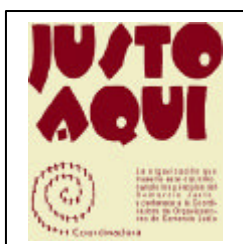


Dado de que el 12 de febrero tendremos, una vez más, la oportunidad de luchar contra la pobreza y de ser solidarios con los pobres a través de la **“Campaña contra el Hambre en el Mundo”** de Manos Unidas, nos ha parecido oportuno el hacer unas reflexiones en torno al Comercio Justo y el Consumo Responsable. Nuestra esperanza es, que todo ello nos ayude a buscar estilos de vida alternativos que garanticen la sostenibilidad del planeta y la solidaridad con los más desfavorecidos.

COMERCIO JUSTO

Aunque no es una alternativa global a las injustas reglas del mercado internacional, el comercio justo es una herramienta que permite mejorar las condiciones de vida de algunos pequeños productores y trabajadores del sur, así como concienciar a los consumidores del norte del potencial transformador que encierran sus decisiones de compra.

Hoy en día, hay en todo el mundo más de 100.000 establecimientos especializados en comercio justo, pero también los hay normales que venden productos con la etiqueta **“fairtrade”** (comercio justo). La ventas se estiman en 1000 millones de euros, lo que supone 80 millones de euros más para los productores de lo que obtendrían si sólo participaran en el comercio tradicional.



En España, según el Anuario del Comercio Justo de la ONG Setem, en 2003 las ventas de este sector rozaron los 11 millones de euros, lo que supone un incremento del 47% con respecto al año 2000. Pero aún estamos muy lejos de la cifras de países como Alemania, Holanda, Reino Unido y Suiza que pasan de los 50 millones de euros de ventas.

El comercio justo surgió en Europa hace más de 30 años como una alternativa modesta, al desigual e injusto intercambio comercial entre el industrializado norte y el mísero sur. Primero, se comenzó vendiendo en los locales de algunas ONG y colectivos productos del Tercer Mundo, pronto se pasó a abrir tiendas más o menos especializadas. En España la primera tienda de comercio justo se abrió en el año 1986. Más tarde surgieron las entidades nacionales de comercio justo (la Coordinadora Estatal que existe en España data de 1996) que han llegado a integrarse en asociaciones internacionales como EFTA o IFAT.

Por estas fechas, se planteó la necesidad de dar un paso más y llevar estos productos a los puntos de venta habituales, a fin de ampliar el círculo de consumidores muy concienciados por su estrecha vinculación con las ONGs especializadas. Así surgió la idea de crear un sello de comercio justo para ayudar al consumidor a identificar los productos en los establecimientos habituales.

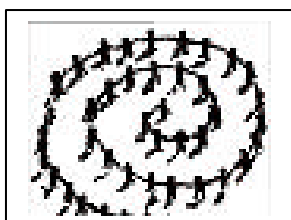
De nuevo se intentó internacionalizar el sistema de certificación y en 1997 se creó la coordinadora mundial conocida como Fairtrade Labelling Organisation (FLO) para establecer criterios comunes. El objetivo era crear un único sello que sirviera para todo el mundo, de modo que los consumidores pudieran identificar con claridad este tipo de productos y facilitar también el flujo de estos productos entre los países del norte.

En el 2002 comenzó el proceso de unificación de los diferentes sellos nacionales dando origen a la marca “Fairtrade” y su logotipo que, poco a poco, sustituirá a los viejos etiquetados nacionales, mientras que aquellos países que no tiene uno, podrán adoptarlo sin retrasos.



De conceder este etiquetado se encarga la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo, impulsada por las organizaciones Alternativa 3, Cáritas Española, Confederación de Consumidores y Usuarios, Coordinadora Estatal de Comercio Justo, Fundación Ecológica y Desarrollo, Fundación Etea para la Cooperación y el Desarrollo, Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, Fundación Intermón Oxfam y la Federación SETEM.

Según la Coordinadora de Comercio Justo Española los criterios por los que se deben regir los productores son: el pago de salarios y el establecimiento de condiciones de trabajo dignas, el destino de una parte de los beneficios a las necesidades básicas de las comunidades, el funcionamiento participativo, el respeto del medio ambiente, la elaboración de productos de calidad. Las distribuidoras deben pagar una parte del precio por adelantado, establecer relaciones comerciales a largo plazo, así como emprender labores de sensibilización y de promoción de los productos, para conseguir mercados a un precio justo, que permita el pago de un “sobreprecio” en comparación con los productos tradicionales.



El comercio justo se presenta como una forma de ir cambiando la mentalidad de los protagonistas (sobre todo intermediarios y distribuidores) y hacer evolucionar las prácticas hacia un comercio más sostenible.

CONSUMO RESPONSABLE

Cuando tomamos una taza de café el productor del Sur sólo recibe el 7% de lo que pagamos, la camisa que podemos llevar cualquiera de nosotros, lo más probable es que se hay producido en una zona franca, una zona fuera de los límites del marco legal normal de un país, donde las personas que trabajan en las fábricas que producen estas camisas tienen jornadas realmente extenuantes, carecen de todo tipo de derechos laborales, y reciben unas contraprestaciones económicas mínimas. En Pakistán, en el distrito de Punjab, hay 7.000 niños de 5 a 12 años, trabajando hasta 14 y 16 horas en unas condiciones de absoluta explotación, en el cosido de las pelotas de fútbol.

¿Podemos cambiar esa realidad desde nuestra condición de consumidores? Sí la podemos cambiar, aunque a muy largo plazo, comprando productos de comercio justo. Pero podemos también cambiarla a corto plazo influyendo en las empresas para que tengan prácticas que sean mucho más acordes con los derecho fundamentales



Si los consumidores nos pusiéramos de acuerdo y todos decidiéramos consumir de otra manera, podríamos tener la capacidad de influir en una serie de empresas en función de su comportamiento. Y esto va a ocurrir, cada vez más, en el futuro. No olvidemos que la fuerza de los consumidores es cada vez mayor. Ese poder invisible en la mayoría de los casos, nos hace responsables, al menos en cierta medida. Por eso, como consumidores debemos actuar como activistas y consumir con responsabilidad.

LA HORA DEL COMPROMISO

Frente a la felicidad imposible, basada en la posesión sin limite, que propone la publicidad y el mercado existe otro camino más humano, más liberador, más solidario y más reconfortante. Para ello hay que aprender a vivir de otra manera, deteniéndose en lo que se puede hacer, en lo que hay que revisar, y en el compromiso que hay que desarrollar.

Hacer.

- No comprar ni consumir nada que perjudique la salud.
- No gastar en cosas que no sirven para nada.
- No tirar nada de comida, ni de ropa, ni de calzado, ni de nada que sirva. Reciclar.
- Ayunar (de comida y de comprar) para ayudar; *“Si yo puedo, la naturaleza no puede”; “si yo puedo los pobres no pueden”*.
- Escribir lo que se necesita antes de ir a comprar y comprar lo escrito.
- No comprar guiados por las marcas.

Pensar

- Analizar si somos libres al comprar y consumir o estamos haciendo lo que quieren otros.
- Conocer todo lo que se pueda lo que compro y consumo, cómo se produce, quién lo produce, a quiénes beneficia, qué consecuencias tiene para el Tercer Mundo y para la naturaleza.
- Saber que las cosas, el comprar no da la felicidad.
- Educar a los niños y jóvenes en la austeridad, en el esfuerzo, en tener personalidad.
- Superar aquello de “*todos lo hacen*”, *todos lo tienen*”.
- Participar y sumarse a todas las huelgas de consumo sobre algún producto por causa justa: explotación de niños, por ejemplo.
- Que los gobiernos legislen para ayudar a conseguir un consumo responsable y verdaderamente libre: claridad en las etiquetas, en precios de origen y al final, derechos de los compradores, claridad en la publicidad...

Comprometerse

- Comprar lo que más ayuda a la naturaleza y a los pobres.
- Comprar lo que se produce cerca antes de lo que se produce lejos.
- Comprar lo necesario y no lo superfluo.
- Participar en asociaciones de consumidores y en sus acciones reivindicativas.
- Comprar antes lo que ayuda a los países pobres que lo que sigue enriqueciendo a los que más tienen.
- No endeudarse nunca por cosas no necesarias y prescindibles.
- Utilizar, como norma, el transporte público.
- Conocer y comprar en tiendas de comercio justo. Difundirlas entre amigos y conocidos. Lo mismo con las inversiones éticas.
- Boicotear el consumo de productos que se anuncian de forma degradante, manipuladora, embustera o de forma imperativa..

PARA UNA LECTURA CREYENTE

El consumismo es injusto. Mientras unos dilapidan los bienes que son de todos, otros mueren de hambre. La parábola del hombre rico y el pobre Lázaro lo expresa con claridad. (Lc. 16, 19-31)

El consumismo fomenta la codicia. La codicia provoca en la persona una sed frenética de poseer cada vez más, sin ocuparse de los otros y muchas veces a sus expensas. El profeta Amós lanza una denuncia contra el lujo despreocupado. (Amós 6,3-10)

El consumismo es idolatría. La persona consumista se construye un mundo interior de deseos que le llevan a actuaciones compulsivas. El consumismo es el nuevo “dios” que devora hasta sus propios hijos. (Filipenses 3, 19)

El consumismo incapacita para la solidaridad. La persona consumista se atrinchera en su propio mundo de deseos y “necesidades”. No levanta la vista más allá



del círculo de sus intereses, ni es capaz de descubrir a las personas que no pueden satisfacer sus necesidades básicas, ni a los pobres y marginados. Jesús condena las actitudes insolidarias. (Mt 25, 34- 46)

El consumismo es miope para la gratuidad. La sociedad de consumo es profundamente mercantilista. En este modelo de sociedad no hay espacio para la entrega y la donación personal. La persona consumista se ve incapaz de entender las palabras de Jesús. (Hechos 20,35)

La felicidad está más allá del consumismo. Jesús nos abre el horizonte y nos enseña que a la felicidad se va por otras rutas. (Mt. 5,1-6)

Cuestionario para grupos

1. *¿Qué te ha llamado la atención de este AIZU? ¿Por qué?*
2. *¿Te ha hecho pensar en algo que no habías pensado nunca?*
3. *Se ha dicho que el consumo socialmente responsable debería dar respuesta a preguntas como estas: ¿sé lo que compro?, ¿por qué lo compro?, ¿cuál es la realidad que hay detrás de cada uno de los productos que compro y consumo?. ¿Te has hecho alguna vez estas preguntas a la hora de comprar?*
4. *¿Qué te han parecido las cosas que se dicen en el apartado “LA HORA DEL COMPROMISO”?*
5. *¿Cómo cristiano/a, te has sentido llamado a introducir algún cambio en tus hábitos de consumir y comprar? Concreta un compromiso.*
6. *Podemos hacer algo en la parroquia, Unidad Pastoral o Sector para que otros puedan tomar conciencia de lo que supone el comercio justo y el consumo solidario a la hora de luchar contra la pobreza?*

Secretariado Diocesano de Pastoral Obrera
Langile Pastoraltzako Elizbarrutiko Idazkaritza
Plaza Barria 4,2º 48005 Bilbao, tf.a: 944795617
e-mail:pobrera@barria.net/www.barria.net/pobrera

TIENDAS DE COMERCIO JUSTO EN BIZKAIA

EMAUS (Traperos de Emaus)

C/ Santa María, 1
48005 Bilbao

INTERMON OXFAM

C/ Alameda Urquijo, 11
Bilbao

EMAUS FUNDACIÓN SOCIAL

Avda. Basagoiti, 56
48991 Algorta - Getxo.

MERCADECO

Plaza de San Felicísimo, 1 - Bajo
Deusto - Bilbao

KIDENDA

C/ Viuda de Epalza, 6
48005 Bilbao

Equipos territoriales de Kidenda:

En Bilbao: Kidenda Abando San Fernando.
 Kidenda Abando Albia.
 Kidenda Begoña

Kidenda Santurtzi.

Kidenda Portugalete.

Kidenda Sestao.

Kidenda Barakaldo Periferia.

Kidenda Galdakao.