

January 2013

Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano

Marco Coscione
marco.coscione@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq>

Citación recomendada

Coscione, M. (2013). Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano. *Equidad y Desarrollo*, (20), 51-70. <https://doi.org/10.19052/ed.2628>

This Artículo de Investigación is brought to you for free and open access by the Revistas científicas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Equidad y Desarrollo* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano*

51

Marco Coscione**

Palabras clave

Productores, familias desplazadas, desarrollo rural

Clasificación JEL

Z13, Z18, F18, O19

Resumen

Este artículo es un acercamiento a la realidad rural de Colombia, desde las potencialidades del movimiento internacional por un comercio justo. Es fruto de una reflexión atenta a lo que podría y debería ser el comienzo de un buen estudio sobre el papel del comercio justo colombiano y latinoamericano en un hipotético escenario de posconflicto armado. Dada la relevancia de la actual coyuntura política y del proceso de diálogo, este artículo visualiza uno de los caminos de construcción de paz: el acompañamiento de un importante movimiento socioeconómico a las familias de desplazados en su reinserción en los tejidos productivos rurales. El proceso de retorno de estas familias representa hoy una desafiante prueba para la construcción, desde abajo, de nuevas relaciones de paz. ¿Cuál sería el aporte de las organizaciones de comercio justo a este proceso? Este artículo intenta vislumbrar algunas posibles respuestas.

Cómo citar este artículo: Coscione, M. (2013). Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano. *Equidad & Desarrollo* (20), 51-70.

Fecha de recepción: 3 de julio del 2013 • Fecha de aceptación: 2 de septiembre del 2013

* Artículo de reflexión, fruto de los adelantos investigativos del autor en el ámbito del comercio justo en Colombia.

** Licenciado en Ciencias Internacionales y Diplomáticas, Universidad de Génova, Génova, Italia; Magíster Oficial en “América Latina Contemporánea y sus Relaciones con la UE: una Cooperación Estratégica”, Universidad de Alcalá, Madrid, España. Se desempeña actualmente como investigador social y asesor en temas de comercio justo, economía solidaria y movimientos sociales. Es autor y coordinador de varios libros entre los cuales se encuentran: *El comercio justo: una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina* (Madrid: Los Libros de la Catarata, 2008); *Comercio justo en la República Dominicana: café, cacao y banano* (República Dominicana: Funglode, 2011); *La CLAC y la defensa del pequeño productor* (República Dominicana: Funglode, 2012). Correo electrónico: marco.coscione@gmail.com

A New Challenge for Latin-American Fair Trade in the Current Colombian Context

Abstract

This paper is an approach to the rural reality of Colombia, starting from the potentialities of the international movement for a fair trade. It is the result of a careful reflection on what could and should be the start of a good study about the role of Colombian and Latin American Fair Trade in a hypothetical scenario of post-armed conflict. Given the relevance of the current political situation and the dialogue process, this article shows one way of building peace: the accompaniment of a major socioeconomic movement of displaced families during their reintegration into productive rural fabrics. The process of returning these families is now a challenging test for the construction, from the ground, of new relationships of peace. What would be the contribution of fair trade organizations to this process? This article gives some insight into a few possible answers.

Keywords

Producers, displaced families, rural development

Um novo desafio para o comércio justo latino-americano no atual contexto colombiano

Resumo

Este artigo é uma aproximação à realidade rural da Colômbia, desde as potencialidades do movimento internacional por um comércio justo. É fruto de uma reflexão atenta ao que poderia e deveria ser o começo de um bom estudo sobre o papel do comércio justo colombiano e latino-americano em um hipotético cenário de pós-conflito armado. Devido à relevância da atual conjuntura política e do processo de diálogo, este artigo visualiza um dos caminhos de construção de paz: o acompanhamento de um importante movimento socioeconômico às famílias de deslocados em sua reinserção nos tecidos produtivos rurais. O processo de retorno destas famílias representa hoje uma desafiante prova para a construção, desde baixo, de novas relações de paz. Qual seria a contribuição das organizações de comércio justo a este processo? Este artigo tenta vislumbrar algumas possíveis respostas.

Palavras chave

Produtores, famílias deslocadas, desenvolvimento rural

Introducción

53

El presente texto se escribió en el periodo durante el cual en la Mesa de Conversaciones entre el Gobierno nacional y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia Ejército del Pueblo (FARC-EP) se estaba debatiendo el primer punto de la agenda del diálogo de paz (“Política de desarrollo agrario integral”).¹ Justo en aquellos meses, la Comisión de Seguimiento a la Política Pública sobre Desplazamiento Forzado (en adelante, la Comisión) estuvo elaborando un informe muy interesante, publicado finalmente en diciembre del 2012: se trata del documento *La restitución de tierras y el modelo de desarrollo rural en un contexto de desplazamiento forzado*, cuyo principal objetivo es plantear propuestas para el proceso de restitución de tierras y apoyo posrestitución a favor de las familias campesinas despojadas de sus predios u obligadas forzosamente a abandonarlos en medio de una situación conflictiva extremadamente violenta.²

A lo largo de este artículo, el documento arriba mencionado se tomará como principal referencia para caracterizar el contexto rural colombiano; en particular, en cuanto a la situación de los pequeños productores colombianos despojados de sus tierras y obligados al desplazamiento forzoso a raíz del conflicto armado.

Este documento será la base para vislumbrar de qué manera el comercio justo podría responder a algunas de las cuestiones fundamentales planteadas por la Comisión. Para analizar los principios y la experiencia del movimiento por un comercio con justicia en Latinoamérica, se hará referencia al libro *La CLAC y la defensa del pequeño productor*,³ primera y única publicación de ese tipo en la cual se destaca el rol protagónico que está asumiendo la Coordinadora Latinoameri-

1 Para conocer todos los puntos de la agenda véase el Acuerdo General para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera, recuperado de <https://www.mesadeconversaciones.com.co/sites/default/files/AcuerdoGeneralTerminacionConflicto.pdf>.

2 Ley de Víctimas y Restitución de Tierras (1448-2013), artículo 74: “Despojo y abandono forzado de tierras. Se entiende por despojo la acción por medio de la cual, aprovechándose de la situación de violencia, se priva arbitrariamente a una persona de su propiedad, posesión u ocupación, ya sea de hecho, mediante negocio jurídico, acto administrativo, sentencia, o mediante la comisión de delitos asociados a [sic] la situación de violencia. Se entiende por abandono forzado de tierras la situación temporal o permanente a la que se ve abocada una persona forzada a desplazarse, razón por la cual se ve impedida para ejercer la administración, explotación y contacto directo con los predios que debió desatender en su desplazamiento durante el periodo establecido en el artículo 75 [...]”.

3 Para más información, véase: <http://www.altramerica.info/90-la-clac-y-la-defensa-del-pequeno-productor.html>.

cana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC)⁴ dentro del movimiento internacional.

54

A partir de estos dos textos, intentaremos descifrar qué papel político-social podría desempeñar la CLAC en los procesos de reforma agraria y desarrollo rural, tanto en Colombia como en otros países de la región y de otros continentes. Debería ser este el nuevo compromiso de lucha desde abajo que le permita a la CLAC seguir tomando partido por la agricultura a pequeña escala, también en procesos políticos y sociales tan complejos como es el caso de Colombia.

En todo el mundo, las organizaciones de pequeños productores de comercio justo forman parte del conjunto de experiencias de economía solidaria que ya están construyendo, con sus prácticas, aquel “desarrollo económico con justicia social y en armonía con el medio ambiente” que se anhela en el preámbulo del Acuerdo General para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera; asimismo, están proporcionando nuevos impulsos “a la producción agropecuaria y a la economía solidaria y cooperativa. Asistencia técnica. Subsidios. Créditos. Generación de ingresos. Mercadeo. Formalización laboral”, mencionados en el acápite 5 del primer punto de la actual Agenda de Paz.

En el momento de revisar el presente artículo para su publicación final, las partes ya encontraron un acuerdo sobre el primer punto de la Agenda. Sin embargo, el proceso de diálogo sigue recorriendo su camino en medio del conflicto armado.

Los pequeños productores colombianos: víctimas de despojo y desplazamiento

Según los datos rescatados por la Comisión, se calculan 4,85 millones de desplazados hasta mediados del 2010. Dado que esta población es campesina prácticamente en su totalidad (60 % expulsados de zonas rurales, 24 % de los pueblos y 15 % de las cabeceras municipales), el número de desplazados representa el 10 % de la población nacional de Colombia.

Estos campesinos son todos pequeños productores: según la III Encuesta Nacional de Verificación (Centro de Investigaciones para el Desarrollo, 2010), reconocida como la más representativa respecto al desplazamiento forzado, “tenían en promedio entre 1,1 hectáreas cultivadas (tabaco, tomate, ñame) y 2,3 hectáreas (cacao)” (Comisión, 2012, s. p.). Realmente son los más pequeños, los

4 Véase: <http://www.clac-comerciojusto.org>.

más vulnerables. El 97,4% de las familias desplazadas cultivaba de manera poco tecnificada, el 53% tenía una huerta casera y el 54,2% se dedicaba a la agricultura para el autoconsumo y la venta (Garay, 2011, citado en Comisión, 2012). En las últimas décadas del siglo XX y en la primera del XXI, se despojaron de manera violenta alrededor de 6,6 millones de hectáreas (entre ellas tierras colectivas), correspondientes a más del 15% de la superficie nacional dedicada a las actividades agropecuarias.

Es importante recordar estos datos antes de abordar el núcleo de la cuestión presentada en el documento y que, a juicio de la Comisión, se resumen en la siguiente frase: “[...] el desplazamiento forzado de la población se debe a la conjunción entre el modelo de desarrollo rural y el conflicto en sentido amplio” (Comisión, 2012, s. p.). Sin embargo, antes de poder analizar con más detenimiento el texto y las propuestas presentadas por los integrantes de la Comisión, es necesario abrir un pequeño paréntesis para explicar, de manera muy resumida, qué es la CLAC.

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo y su articulación en el continente

La CLAC representa hoy la más activa de las 3 redes continentales de productores, copropietarias del sistema internacional de certificación de comercio justo Fairtrade International (anteriormente Fairtrade Labelling Organizations International, mejor conocida como FLO). Nacida en el 2004, aprovechando las experiencias previas de la Coordinadora Latinoamericana de Caficultores (CLA) y de la red de Pequeños Apicultores Unidos de América Latina (Paula), la CLAC comprende actualmente 300 organizaciones aproximadamente de pequeños productores de 21 países de América Latina y el Caribe, para un total de más de 300.000 pequeños y medianos productores.

La Coordinadora se articula, además, a través de siete redes regionales de producto: la Red Café, la Red Banano, la Red Cacao, la Red de Azúcar, la Red Miel, la Red de Jugos y Frutas Frescas y, la más reciente, aún en fase de consolidación, la Red de Quinoa. Sin embargo, los miembros producen también otros productos de exportación como aceite, nueces y semillas, frutas secas, té y vino, además de todos los productos para el consumo familiar y los mercados locales. Por un lado, las redes de producto aglutinan a todas las organizaciones de productores miembros de la CLAC que producen un mismo producto; por el otro, las coordinadoras

nacionales reúnen a todas las organizaciones de productores de un mismo país. El órgano que pone en práctica las decisiones de la Asamblea General es la Junta Directiva de la CLAC, que cuenta con representantes de cada una de las redes de producto y de cada subregión: sus miembros son elegidos de manera democrática y representativa en la Asamblea General, normalmente cada dos años.

Desde su fundación, la CLAC se ha distinguido por su firme compromiso respecto a la defensa de los pequeños productores organizados, que representan el corazón y la razón de ser del movimiento por un comercio con justicia. Ha luchado, y sigue luchando, para que el comercio justo internacional vuelva a su camino originario, desde que la entrada de las plantaciones, las grandes superficies y ahora los nuevos esquemas certificados de producción por contrato — con productores no organizados— pusieran en peligro su esencia y su identidad, sobre todo en relación con el último anillo de la cadena solidaria: el consumidor.

Frente a esta deriva del comercio justo certificado hacia un comercio tradicional que no excluye a los grandes productores —quienes siempre tuvieron facilidad de acceso a los mercados nacionales e internacionales—, la CLAC vuelve la mirada hacia el pequeño productor y su rol económico, social y político dentro de su comunidad.

Reorganización productiva y desarrollo rural: rompiendo mitos desde la experiencia del comercio justo

Para analizar el rol al cual nos referimos, es útil evidenciar algunos puntos del documento (Comisión, 2012) y considerarlos desde el enfoque del comercio justo, para ver cómo este movimiento encajaría en el proceso de acompañamiento a las familias desplazadas, de creación de organizaciones de pequeños productores democráticas y representativas, y de revalorización profunda del campesinado, en un mundo cada día más interesado (en todos los sentidos) en los recursos de la tierra y el agua. Y cada día más golpeado por los cambios climáticos. Los primeros párrafos del documento que invitan a la reflexión son los siguientes:

[...] la Comisión ha advertido previamente que si se mantuvieron las condiciones prevalecientes, el proceso de reparación integral se haría bajo un modelo de desarrollo que privilegia preferencial si no exclusivamente al empresario, especialmente a través del impulso de megaproyectos, con énfasis particular en los cultivos semi-permanentes y permanentes, bajo el cual se

desdibuja el papel del campesinado en el desarrollo del país. [...] Para ello se requiere [...] el fortalecimiento de las distintas alternativas de generación de ingresos contempladas para los pequeños productores y medianos agricultores [y que] se tome provecho de formas novedosas de organización campesina asociativa y de modelos de inserción de la producción campesina a cadenas de valor en condiciones de equidad de oportunidades con los otros eslabones de la producción empresarial (Comisión, 2012, s. p.).

Los primeros pasos del comercio justo como modelo alternativo, tanto de relaciones comerciales y políticas internacionales como de desarrollo local, se remontan a la segunda posguerra. Más adelante, desde los primeros años de la década de los sesenta se multiplican las tiendas y los programas de cooperación dedicados al comercio justo. A partir de la segunda mitad de los años ochenta, nacieron y se consolidaron organizaciones que trabajan casi exclusiva y profesionalmente en ello, así como varias plataformas continentales. Esos años fueron fundamentales también para América Latina, porque las experiencias de las organizaciones de productores se expandieron a todo el continente. En 1988, gracias al protagonismo de los pequeños productores mexicanos de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (Uciri) y al apoyo de la ONG holandesa Solidaridad, se creó el primer sello de garantía de comercio justo: la certificación Max Havelaar. Esta experiencia se difundió rápidamente entre los países europeos y de Norteamérica, hasta 1997, cuando se unificaron las diferentes iniciativas de sello nacionales y se creó la Fairtrade Labelling Organizations International que gestiona la certificación Fairtrade, la más conocida y usada internacionalmente.

El objetivo de fondo del comercio justo es la reducción de la pobreza y de las desigualdades a través de la creación de oportunidades para los productores en desventaja económica: no se trata de asistencialismo o ayuda al desarrollo. Se trata de cambiar las reglas del juego para que los pequeños productores marginados puedan, a través de su trabajo cotidiano, desarrollar sus habilidades, aprovechar las oportunidades del mercado y entonces emprender su propio camino hacia lo que ellos mismos entienden por

"El objetivo de fondo del comercio justo es la reducción de la pobreza y de las desigualdades a través de la creación de oportunidades para los productores en desventaja económica: no se trata de asistencialismo o ayuda al desarrollo".

desarrollo. En este sentido, al crear un nicho de mercado solidario, transparente y basado en relaciones de confianza, de largo plazo, y en organizaciones que mantengan estructuras participativas y democráticas, el movimiento quiere responder a las siguientes barreras del mercado: a) la falta de acceso al mercado para los pequeños productores y el poder de los intermediarios, b) los altibajos (sobre todo de los precios) en los mercados internacionales, c) la falta de información o informaciones imperfectas de las que sufren los más pequeños, d) la falta de acceso al crédito, e) la imposibilidad de cambiar ágilmente el tipo de producción y f) las debilidades organizativas y comerciales.

La teoría, como siempre, puede parecer perfecta. Sin embargo, en la realidad, no todo cuadra al 100%. El comercio justo (como todo movimiento nacido y crecido “desde abajo”) ha vivido altibajos, fases de expansión, consolidación y caminos internos que lo han llevado paulatinamente a alejarse de su principio fundamental: el acompañamiento y la defensa de los pequeños productores organizados. Como se mencionó anteriormente, la entrada de actores externos, que nada tienen que ver con el compromiso político y social que desde sus comienzos ha caracterizado a los activistas del movimiento, está desvirtuando el sentido mismo de las palabras *comercio justo*.

Sin embargo, gracias a las luchas de las organizaciones latinoamericanas y su coordinadora regional, dentro del comercio justo certificado se abrió un nuevo camino hacia la reescritura de los equilibrios de fuerzas y los juegos de poder que han ido imponiéndose desde comienzos del siglo XXI. Desde el sur, en este caso desde América Latina, se ha ido generando un continuo planteamiento de nuevas perspectivas que ha llevado a los latinoamericanos a considerar, en palabras de Alfonso Cotera Fretel, una perspectiva más “integrada o auto-centrada”, a través de la cual se entienda que el comercio justo no es solo “una estrategia de promoción local sustentable, sino, además, de [...] generación de empleo, relaciones de equidad entre mujeres y hombres y entre generaciones, y de movilización de valores éticos culturales para el desarrollo desde el espacio local” (2007, p. 106).

Es justamente a partir de esta visión, más regional pero sin desligarse del contexto global, que en los últimos años la CLAC está protagonizando un proceso social y político muy fuerte. Muy dinámica sigue siendo la inserción de las organizaciones de pequeños productores latinoamericanos en los mercados internacionales: tanto de comercio justo, como en el mercado orgánico o el convencional. Y con óptimos resultados a pesar de las muchas dificultades que tienen los grupos de pequeños productores, más si están organizados de manera demo-

crática, participativa y representativa. La democracia cuesta y los empresarios, normalmente, no tienen estos gastos:

[...] la productividad y eficiencia relativa de los sistemas de producción de economía campesinas avanzadas no solo no son significativamente inferiores a las de los sistemas de producción a mediana y gran escala (empresarial), sino que incluso llegarían a ser superiores en el caso de zonas y producciones especializadas [...]. Ello implica que en la medida en que se logre proveer condiciones adecuadas [...] los sistemas de producción campesina desarrollados pueden llegar a ser incluso más eficientes en el uso de los recursos y factores de producción disponibles que los sistemas de producción empresariales (Comisión, 2012, s. p.).

59

Según Silvio Cerda, director ejecutivo de la Red Café de la CLAC, se esconde aquí uno de los mitos que aún persisten en el imaginario colectivo sobre los pequeños productores: la baja productividad y competitividad:

Durante todos estos años en los cuales los pequeños productores organizados han podido recibir el apoyo del comercio justo, se ha logrado demostrar que cuando tienen acceso a las posibilidades para desarrollar sus capacidades, las organizaciones de productores son muy competitivas. En un estudio que hicimos para el caso del café de Nicaragua, midiendo la eficiencia con parámetros puramente económicos, los grandes y medianos mantienen la mayoría de los volúmenes de exportación, pero son los pequeños quienes reciben los mejores precios por el producto exportado (citado en Coscione, 2012, p. 141).

A pesar de llevar relativamente poco tiempo compitiendo en los mercados internacionales, las cooperativas o asociaciones de pequeños productores de comercio justo supieron abrirse brechas. Una parte importante de los volúmenes que antes comercializaban las grandes multinacionales ahora la comercializan los pequeños productores: “Es por esta razón, no es pura casualidad —afirma Silvio—, que las mismas transnacionales están proponiendo programas de responsabilidad social empresarial o sellos éticos de certificación para recuperar el terreno perdido y que las organizaciones de pequeños productores han ganado durante por lo menos dos décadas de esfuerzo colectivo” (citado en Coscione, 2012, p. 142).

Dentro de los circuitos del comercio justo encontramos un sinnúmero de experiencias productivas exitosas, protagonizadas por pequeños productores. Relatar sobre una mínima parte de estas sería imposible aquí. Sin embargo, conocer las experiencias exitosas de las organizaciones de comercio justo ayuda a desmontar el primero de cuatro mitos que siguen perpetuándose. Los otros tres, la aversión a la tecnología y la innovación, al riesgo y la hostilidad a los mercados también pueden ser fácilmente derribados. Así lo hace Oxfam International en su informe *Cultivar un futuro mejor* (Bailey, 2011).

Para discrepar con la aversión a los mercados, Oxfam simplemente considera que “es una estupidez” (Bailey, 2011, p. 55). Palabras más elocuentes no podría haber usado. Los ejemplos de excelente inserción en los mercados internacionales son elocuentes. En cuanto a tecnología e innovación, el desenfoco es bien claro: no se trata de que los pequeños no adopten nuevas tecnologías o no quieran innovar sus cultivos, sino más bien que el apoyo público y privado al desarrollo de innovación y tecnologías está dirigido a los grandes y no a los pequeños. Los grandes capitales no invierten en desarrollar tecnologías innovadoras que se apliquen a la realidad de los más pequeños. La clara apuesta por un modelo de desarrollo rural que debilite y desvalorice al campesinado es algo generalizado mundialmente, y bien señalado también por la Comisión (2012).

La aversión al riesgo es seguramente una realidad para quien sobrevive de sus cultivos y no tiene la disponibilidad (sobre todo, el acceso al crédito) y las capacidades (formación técnica) para arriesgarse sin perder la relativa estabilidad alcanzada con muchos años de esfuerzo y trabajo. Sin embargo, también en este sentido, podemos nombrar muchísimas experiencias exitosas. Aquí, la unión entre los productores y la fortaleza de sus asociaciones son fundamentales, tanto en el proceso colectivo de toma de decisiones como en el necesario acompañamiento al productor y su familia. Por eso desde la CLAC se hace hincapié en el acompañamiento y trabajo con los pequeños productores organizados.

La unión y organización de los productores es fundamental en la construcción de lo que Horacio Martins de Carvalho denomina un *sujeto social activo*, que propone un nuevo proyecto popular (en construcción y abierto a las críticas), “para toda la sociedad y, en especial, para los demás trabajadores del campo y de la ciudad [...] que niegue el proyecto dominante de transformar las formas de vida en mercancías, y sea capaz de sugerir e implantar una nueva y renovada forma de convivencia social y con la naturaleza” (2010, pp. 18-21).

Este nuevo proyecto social solo puede surgir desde abajo y desde el campo; para su construcción, los pequeños productores necesitan el reconocimiento y el

apoyo de toda la sociedad, del Estado y del sector privado. Las organizaciones de pequeños productores pueden romper con la lógica de la acumulación del capital, del lucro y de la especulación, sabiendo discernir “aquellas exigencias de un proceso civilizatorio donde los intereses sociales, étnicos, de género y ambientales estén en primer plano” (Martins, 2010, pp. 18-21), aunque sin rechazar las innovaciones tecnológicas de la modernidad.

61

El rol social, económico y político del campesinado: la “falla de reconocimiento” en Colombia y el desafío de la incidencia política desde el comercio justo

Esta última cita nos lleva a uno de los principales puntos subrayado por la Comisión:

En las últimas décadas, los campesinos después de ser objeto de políticas de focalización pasaron a desempeñar un papel residual como productores. Esta desvalorización constituye una “falla de reconocimiento” a partir de la cual se desconocen los derechos del campesinado, se niega cualquier redistribución de activos a su favor —“falla de redistribución”— y hace que finalmente la sociedad ni reaccione ni se conmueva frente a fenómenos como el desplazamiento forzado interno [...]. Si este reconocimiento no se hace efectivo [...] cualquier política redistributiva será mínima y no brindará garantías de no repetición del desplazamiento.

[...] En este sentido, la primera acción de reparación que puede desarrollarse, es la de mostrar a la sociedad colombiana el aporte de los pueblos rurales a la sociedad, la economía y la cultura, que se hacen explícitos, entre otros, en términos de la seguridad y autonomías alimentarias y en la fortaleza institucional que para la democracia brinda la pluralidad de sus organizaciones (2012, s. p.).

Una de las cuestiones neurálgicas del trabajo de incidencia política desde la CLAC se está llevando a cabo internacional, regional y nacionalmente. Dentro del movimiento mundial de comercio justo, cuando nos referimos a la incidencia política, casi automáticamente pensamos en cómo las organizaciones del Norte pueden convencer a sus gobiernos para que reequilibren las relaciones comerciales con los países productores del Sur; o en cómo los movimientos de consumidores

comprometidos y responsables pueden atraer la atención de las administraciones públicas locales, regionales o nacionales, para que aprueben medidas de compras públicas de productos de comercio justo y, de esta manera, se conviertan en agentes de desarrollo a través del comercio y no de la cooperación internacional. Sin embargo, los cambios en los equilibrios geopolíticos y económicos mundiales y las crecientes crisis económicas, alimentarias, energéticas, ambientales, entre otras, nos obligan a repensar el rol de la incidencia política en pro de un comercio con justicia también en el Sur y desde el Sur.

Las organizaciones que integran la CLAC están tomando cada día más conciencia del valor y de la importancia que la incidencia política asume también en los contextos latinoamericanos, tanto locales como nacionales. Las coordinadoras nacionales diseñan sus estrategias de acercamiento a las instituciones públicas y al mundo empresarial y, gracias a la estructura operativa regional de la red, pueden intercambiar experiencias con las coordinadoras de otros países y con los productores de las redes de producto. Los diferentes talleres regionales sobre adaptación al cambio climático, políticas de género, comercialización y desarrollo de capacidades, entre otros, dan muestra de las actividades que lleva a cabo la CLAC para seguir tejiendo el entramado latinoamericano entre todas las organizaciones miembros. Estos encuentros no solo están pensados para el intercambio de experiencias, sino, sobre todo, para la construcción participativa de estrategias conjuntas para la inserción sostenible de los productos de los pequeños productores en los mercados nacionales e internacionales, y para seguir aportando al desarrollo rural de sus comunidades.

No es casualidad que, fruto de las nuevas tendencias globales y dentro del movimiento por un comercio justo, haya nacido la iniciativa de certificación del Símbolo de Pequeños Productores (SPP):⁵ la CLAC presentó oficialmente el SPP durante el Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo en Chiapas (México), en marzo del 2006. Durante el bienio 2007-2008, se llevaron a cabo los estudios de mercado y de factibilidad; en el 2008, se aprobó el primer Plan Estratégico para poner en marcha la Fundación de Pequeños Productores Organizados (Fundeppe), que comenzó a operar oficialmente en el 2010. Como comentaba Marvin López García (presidente de Fundeppe), durante la presentación del símbolo en el 2011, en el encuentro anual de la Specialty Coffee Association of America:

5 Véase la dirección electrónica <http://www.spp.coop>.

Parte del contexto que nos llevó a este proceso [comentaba] es la concentración del mercado [en particular, el mercado de los alimentos] en pocas manos y lamentablemente los conceptos de producción sustentable y comercio justo han sufrido algunos cambios. Como, por ejemplo, la participación de grandes productores, empresas mixtas y multinacionales. [...] La economía mundial está cada vez más controlada por las empresas de larga escala. [...] ¿En qué se diferencia [el SPP] de los otros sellos? Es una iniciativa creada y propiedad de los pequeños productores del Sur para identificarnos en el mercado local e internacional [...] busca fortalecer las economías locales y crea un mercado y un mundo diferentes basados en valores y principios justos y solidarios. [...] El Símbolo de Pequeños Productores se basa en los principios y valores que dieron origen al comercio justo. Nuestro símbolo es parte del movimiento de la producción sustentable, de la economía solidaria y del comercio justo (Fundación de Pequeños Productores Organizados, 2011).

Es la primera iniciativa de certificación de calidad creada por los pequeños productores del Sur y propiedad de estos; no es otra iniciativa impuesta por el “Norte desarrollado” y que tiene que responder a las exigencias del Norte, antes que a todo el resto. Naturalmente, el SPP es una iniciativa nueva, pero está avanzando con firmeza y decisión hacia su objetivo: diferenciar la producción de los pequeños productores organizados, porque en ellos recaen, finalmente, las bases del desarrollo productivo del campo. Sigue el documento de la Comisión:

Es necesario diseñar una estrategia que contemple de manera integral los diferentes aspectos económicos, sociales y ambientales que tienen los procesos de desarrollo de las comunidades rurales, apoyarlas durante periodos de tiempo suficientes para que puedan madurar y tener éxito, enfatizar el fortalecimiento de la asociatividad y el desarrollo de capacidades de estas comunidades en los diversos componentes de sus procesos de desarrollo, y promover la participación activa y decisoria de los miembros de las comunidades, prestando especial atención a las necesidades e intereses particulares de mujeres y jóvenes. La estrategia debe, asimismo, construirse desde los territorios, basándose en las diferentes experiencias que existen de desarrollo de comunidades rurales, las más exitosas de las cuales han contado con apoyo financiero gubernamental y acompañamiento de entidades de la sociedad civil con experiencia y arraigo en las regiones.

Los principales actores de este sistema serían: las comunidades rurales que deberían organizarse [...]; las entidades de la sociedad civil que hacen el acompañamiento en campo a los procesos de desarrollo de estas comunidades que cuentan con la suficiente experiencia y arraigo en las regiones; las entidades públicas territoriales [...]; y finalmente el sector público nacional [...]. Los tres primeros actores deben formar parte de las instancias regionales de coordinación (2012, s. p.).

La estructura operativa de la CLAC, como mencionamos, cuenta con diferentes ámbitos de representación y toma de decisiones. Según Sonia Murillo,⁶ la estructura de la CLAC es, en el papel, ideal para la defensa del pequeño productor:

Tenemos las redes de producto que nos conectan verticalmente entre los diferentes países, y las coordinadoras nacionales que unen horizontalmente a los productores de todos los productos certificados a nivel nacional. Sin embargo, la CLAC aún depende mucho de aquellas personas que lideran las redes y las coordinadoras nacionales. Falta todavía, a juicio del autor, un verdadero sentido de pertenencia a la CLAC en su globalidad, sobre todo entre sus bases. De eso depende la fuerza del proceso de defensa del pequeño productor, que siempre ha caracterizado a nuestra red de productores de América Latina (citada en Coscione, 2012, pp. 154-155).

“Todas las quejas, las preocupaciones o las propuestas de acción”, comenta Xiomara Paredes, gerente de operaciones de la CLAC, “pasan del productor a la organización a la cual pertenece; de la organización a la coordinadora nacional, en el caso de que exista y sea bien activa, o a la red de producto. De ahí, a la CLAC y, finalmente, al sistema internacional” (citada en Coscione, 2012, p. 73). Sin embargo, el proceso puede ser también más rápido. Según Paredes, la estructura general de la CLAC, con sus coordinadoras nacionales y redes de producto, es adecuada y constituye una de sus mayores fortalezas:

6 Vocal del Consejo de Administración de la Cooperativa Cañera de San Ramón R. L. (Coopecañera). Miembro de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Costa Rica y de la Red de Azúcar de la CLAC. Vocal de la Junta Directiva de la CLAC, periodo 2011-2012, y presidenta del Comité de Normas de Fundeppo.

Está comprobado que estas figuras realmente funcionan para el bien de los pequeños productores organizados. Las coordinadoras nacionales son espacios idóneos para coordinar las actividades a nivel de país, gestionar recursos, implementar proyectos, fortalecer a sus miembros y para hacer incidencia política. Por otra parte, las redes de producto a nivel continental son espacios donde las organizaciones discuten temas de precios, costos de producción, mercado, mercadeo, productividad, calidad... y permiten que las organizaciones se sientan más identificadas entre sí por tener algo más en común: el mismo producto y, por tanto, el mismo sistema de producción (citada en Coscione, 2012, pp. 73-75).

La fortaleza de las redes de comercio justo reside justamente en su organización y su unidad; unidad y sentido de pertenencia que, cada día más, se están reflejando en las labores cotidianas de la CLAC y sus representantes. La CLAC y las coordinadoras nacionales pueden ser un modelo por imitar, o del cual seguramente aprender, para: “[...] la sistematización e intercambio de experiencias, conocimientos y metodologías, la difusión de mejores prácticas, el desarrollo de capacidades en las organizaciones de productores y en las entidades acompañantes de los procesos” (Comisión, 2012, s. p.), y serían las mismas organizaciones de pequeños productores (colombianas en este caso, pero también latinoamericanas) las que podrían acompañar a las familias y comunidades campesinas desplazadas en:

[...] la promoción de sistemas productivos diversificados en el componente productivo; el fomento de hábitos empresariales, la formulación y ejecución participativas de planes de negocios y la vinculación a cadenas de valor en el componente empresarial y comercial, y el fortalecimiento de la autoestima y del trabajo en equipo y la creación y consolidación de asociaciones y redes de organizaciones de pequeños productores en el componente social (Comisión, 2012, s. p.).

A estos elementos se pueden añadir todas las experiencias adquiridas por los pequeños productores de comercio justo en el componente ambiental, pilar fundamental de estas relaciones comerciales equitativas, donde el concepto y las prácticas de sustentabilidad, además, incluyen fuertemente el aspecto intergeneracional.

"El acompañamiento y el empoderamiento comunitario de los jóvenes, como futuros líderes tanto en las organizaciones como en sus comunidades, es de fundamental importancia para las organizaciones de comercio justo; sobre todo al considerar las consecuencias a mediano y largo plazo de un fallido relevo generacional en el campo".

El acompañamiento y el empoderamiento comunitario de los jóvenes, como futuros líderes tanto en las organizaciones como en sus comunidades, es de fundamental importancia para las organizaciones de comercio justo; sobre todo al considerar las consecuencias a mediano y largo plazo de un fallido relevo generacional en el campo y los impulsos seductores, cada vez más fuertes y cada vez menos ocultos, con los cuales esta sociedad urbana y del consumo nos bombardea cotidianamente.

Conclusiones

Retomando la pregunta introductoria, ¿cuál debería ser el papel que las organizaciones de comercio justo certificado *fairtrade* pueden desempeñar en un escenario de conflicto (y ojalá pronto posconflicto) armado, como el colombiano?, tenemos que en Colombia existen actualmente más de 30 organizaciones de pequeños y medianos productores, miembros de la CLAC: la gran mayoría de estas producen y exportan café como principal producto, otras bananos y cacao. Más del 90% de los miembros de estas organizaciones son pequeños

productores: solo 3 cuentan con porcentaje menor que, sin embargo, no llega a menos de un 80%.

Se encuentran ubicadas en varios departamentos del país, entre los cuales se cuentan: Antioquia, Chocó, Cauca, Valle del Cauca, Huila, Caldas, Tolima, Risaralda y Magdalena. De todos estos departamentos ha habido muchos desplazados: entre 1997 y el 2010, 629.215, solo desde el departamento de Antioquia; 199.603 del departamento Chocó; 14.970 del Cauca; 145.638 del Valle del Cauca; 64.478 de Huila; 63.762 de Caldas; 164.838 de Tolima; 20.926 de Risaralda; y 258.779 de Magdalena. Para un total de 1.562.209 desplazados, que corresponderían al 47,69% del número total de desplazados (3.275.290) considerado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el Cuaderno del Informe de Desarrollo Humano 2011, titulado *Desplazamiento forzado, tierras y territorios. Agendas pendientes: la estabilización socioeconómica y la reparación*.

Cifra total que, sin embargo, se queda corta respecto a los 4.850.559 considerados por la Comisión (2012), la cual toma como fuente los datos de la III Encuesta Nacional de Verificación (2010), que cita a Luis Jorge Garay, *El reto ante la tragedia humanitaria del desplazamiento forzado: reconocer y resarcir debidamente los daños y perjuicios* (2011), informe de la Comisión de Seguimiento a la Política Pública sobre Desplazamiento Forzado y de la Consultoría para los Derechos Humanos y el Desplazamiento.

Potencialmente, por tanto, las organizaciones de comercio justo miembros de la CLAC estarían presentes en aquellos territorios desde donde fue desplazado por lo menos un tercio de la población total desplazada.

Por el enorme potencial que caracteriza a estas organizaciones, sus conexiones con el mundo empresarial internacional y sus relaciones con organizaciones sociales, no gubernamentales, organismos internacionales e instituciones públicas, la CLAC, la Coordinadora Colombiana de Comercio Justo, así como las organizaciones colombianas miembros de la CLAC podrían representar un válido apoyo en diferentes aspectos:

- Para el proceso de retorno de las comunidades campesinas desplazadas durante las largas décadas del conflicto.
- Para el trabajo de redistribución de las tierras en estrecha colaboración con las autoridades correspondientes

En tejidos productivos y rurales donde existe la presencia de organizaciones de pequeños productores fortalecidas que desafían cotidianamente los intereses de las grandes plantaciones, se reduce el riesgo de que la simple titulación de tierra, sin insumos ni apoyo técnico y de gestión, se traduzca finalmente en una venta apresurada de las tierras restituidas.

- Para la construcción de nuevas organizaciones de pequeños productores democráticas, participativas y que realmente representen los intereses de las comunidades de pertenencia, o el fortalecimiento de las existentes.
- Para el empoderamiento de estas hacia una gestión eficiente de los procesos de producción y comercialización de los productos.
- Para acompañar a los productores en el proceso de conversión de los cultivos convencionales a cultivos orgánicos, así como en la diversificación de las parcelas que presentan un cultivo tradicional para la exportación (como café, cacao o banano).

Las dos apuestas están en el centro de la gestión ambiental y de sostenibilidad de las organizaciones de comercio justo, así como de las prácticas cuya principal finalidad es aumentar la fertilidad y productividad de los terrenos. En este sentido, se estaría aportando a la necesidad de “proveer condiciones adecuadas en términos de especialización-diversificación de productos, calidad de la tierra [y] métodos de producción” (Comisión, 2012, s. p.), a la cual hace referencia la Comisión.

- Para ir compartiendo estrategias y posibilidades de financiación para la adaptación y mitigación del cambio climático. No cabe duda de que, a pesar de no ser los principales responsables de esta crisis, los pequeños productores son, por sus condiciones económicas y sociales, los primeros afectados. Hace tiempo que estos dan cuenta de cambios sustanciales en sus entornos y en sus tierras; el impacto para ellos puede ser tan drástico que deben ser considerados como “la primera línea de la crisis climática” (Fairtrade Foundation, 2009, p. 1). De hecho, la CLAC ya tiene su propia estrategia para Mesoamérica y para la Región Andina (Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia) y Paraguay, construida a partir de las experiencias y conocimientos de los productores, las organizaciones miembros, y del apoyo de expertos internacionales.
- Para valorizar el rol del pequeño productor y del campesino en la vida económica, política, social y cultural del país. El campesino vive en su comunidad y mantiene una relación estrechamente vinculada con la tierra. Todos los elementos de desarrollo comunitario (educación, salud, ocio, deporte, cultura, religión, etcétera) están ligados a su vida, y él teje y mantiene lazos solidarios con los otros miembros de la comunidad. Cuanto más pobre sea su situación económica, tanto más “ricas” y solidarias se hacen sus relaciones humanas y sociales. Mantener a los campesinos ligados a la tierra, además, nos permite seguir apostando por la agricultura en pequeña escala y la soberanía y seguridad alimentaria y nutricional.

¿Cómo visualizar, por tanto, este tipo de colaboración? Por un lado, tendríamos a las familias de desplazados en su proceso de retorno hacia las comunidades desde donde fueron desplazadas. Por otro, las autoridades públicas llamadas a cumplir con la legislación nacional y, en consecuencia, a llevar a cabo la restitución de tierras y el acompañamiento para el retorno y el proceso de establecimiento de las familias desplazadas en las comunidades rurales. A estos dos actores clave, añadiríamos las organizaciones de comercio justo, representadas en este caso por:

- a. Las organizaciones de base de pequeños productores.
- b. La Coordinadora Nacional Colombiana, con su función de red articuladora entre todas las organizaciones de productores del país (cuyos objetivos principales son, entre otros, articular la comunicación entre la CLAC y las organizaciones de productores; promover el mercadeo de los productos con el Símbolo de Pequeños Productores en el nivel nacional; identificar las ofertas de productos provenientes de las organizaciones en el país y recomendarlas a la CLAC; buscar mecanismos para incidir en las políticas nacionales y locales que favorezcan a las organizaciones miembros; formular, presentar y coordinar proyectos orientados hacia la sostenibilidad y el fortalecimiento organizacional de las organizaciones de productores).
- c. La CLAC, en el ámbito regional, con su rol global y sus redes de contacto con las organizaciones de comercio justo del Norte, los importadores, el sistema internacional de certificación *fairtrade* y otras organizaciones de comercio justo, como la World Fair Trade Organization (que se dedica al comercio justo de las artesanías y los tejidos), o de la sociedad civil en general.

A este esquema, naturalmente, habría que añadir un actor de la sociedad civil colombiana que puede desarrollar la función de acompañante y también de evaluador externo de esta nueva estrategia público-privada para un eficiente proceso de retorno, con posibilidades concretas de apertura de nuevos canales productivos y de comercialización para los campesinos que vuelven a las comunidades rurales.

Todo lo expuesto anteriormente representa, sin duda, un desafío interesante, sobre todo para devolverle al campesinado su rol protagónico en el desarrollo rural del país. Este tipo de colaboraciones desde abajo, entre organizaciones comunitarias ya establecidas y productivas y comunidades expulsadas de sus territorios podría ser, además, un buen modelo para la reinserción en los tejidos económico-productivos y político-sociales de aquellos actores que, esperamos, pronto abandonen las armas para empezar a construir, colectivamente con toda la sociedad, un nuevo camino de paz.

Referencias

- Bailey, R. (2011). *Cultivar un futuro mejor*. Reino Unido: Oxfam Internacional. Recuperado el 6 de marzo del 2013 de http://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/growing-a-better-future-010611-es_0.pdf.

- Centro de Investigaciones para el Desarrollo (2010). *III Encuesta Nacional de Verificación de los Derechos de la Población Desplazada*. Bogotá: Universidad Nacional (CID-UN).
- Comisión de Seguimiento a la Política Pública sobre Desplazamiento Forzado. (2012). *La restitución de tierras y el modelo de desarrollo rural en un contexto de desplazamiento forzado*. Colombia: Comisión de Seguimiento a la Política Pública sobre Desplazamiento Forzado.
- Coscione, M. (2011). *Comercio Justo en la República Dominicana: café, cacao y banano*. República Dominicana: Fundación Global Democracia y Desarrollo.
- Coscione, M. (2012). *La CLAC y la defensa del pequeño productor*. República Dominicana: Funglode.
- Cotera, A. (2007). Comercio justo: una visión desde América Latina. En Angulo, N. y Fernández, M. (Comps.). *Afirmando prácticas democráticas y estrategias solidarias para un desarrollo sustentable: memoria del II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo*. Lima: Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESPE)/Universidad de La Habana. Recuperado el 6 de marzo del 2013 de http://www.ripesslac.net/recursos_galeria/20090223_060941_Memoria_Habana.pdf.
- Fairtrade Foundation. (2009). *Egalité, Fraternité, Sustainability: Why the Climate Revolution must be a Fair Revolution*. Oxford: Fairtrade Foundation. Recuperado el 6 de marzo del 2013 de http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2009/c/climate_report_final.pdf.
- Fundación de Pequeños Productores Organizados. (2011). *Presentación del símbolo durante el encuentro anual de la Specialty Coffee Association of America* [videograbación]. Estados Unidos: Fundación de Pequeños Productores Organizados, Asociación Civil. Recuperado el 6 de marzo del 2013 de <http://www.youtube.com/watch?v=kbfu3vBWA0Y>.
- Fundeppo. (2011). Declaración de principios y valores. *SPP*, junio 10. Recuperado el 6 de marzo de 2013 de <http://www.spp.coop>.
- Laroche, K. y Guittard, B. (2009). The Impact of Fairtrade Labelling on Small-Scale Producers: Conclusions of the First Studies. Summary Report. *Fairtrade Max Havelaar France*, abril. Recuperado el 6 de marzo del 2013 de www.maxhavelaarfrance.org.
- Martins, H. (2010). Desafíos para el campesinado como sujeto social. *América Latina en Movimiento*, 459 (XXXIV), II época, 18-21. Recuperado el 6 de marzo del 2013 de <http://alainet.org/publica/459.phtml>.