

«L'EMPERADOR NO TÉ QUI LI VENGUI ROBA JUSTA»

COMERÇ JUST I ESTRATÈGIES DE MAINSTREAMING

JAN HARTMAN

«Solidaritat»,
Managua, Nicaragua - Utrecht, Holanda

El conegut conte d'Andersen sobre la roba nova de l'emperador, deixa al descobert l'estupidesa i la vanitat de l'emperador, i també les d'alguns membres del seu gabinet. En el que sembla la font original on Andersen s'inspirà, la trama és més complexa, però en cert sentit amb detalls més realistes. El protagonista de la narració, el Comte Lucanor, li explica al seu conseller Patronio el següent: «un home m'ha vingut a proposar una cosa molt important i diu que em convé molt, però em demana que no ho digui a cap persona per molta confiança que li tingui, i m'insisteix tant que guardi el secret que m'assegura que si ho dic la meua hisenda i fins i tot a la meua vida estaran en perill». Com es desprèn del text, el Comte va decidir explicar-li-ho tot a Patronio, i aquest li respon amb una història molt semblant a la d'Andersen. La diferència amb aquesta rau en els estafadors del rei del conte del senyor Juan Manuel, els quals produeixen «una tela que només podia ser vista per qui fos fill del pare que li atribuïen, però que no podia veure-la el que no ho fos» Continua el relat: «això va agradar molt al rei, esperant que d'aquesta manera podria saber qui eren fills dels que es deien els seus pares i qui no, i d'aquesta manera augmentar els seus béns, ja que els moros no hereten si no són veritablement fills dels seus pares; dels que no tenen fills hereta el rei».

La versió més antiga del conte del rei nu ens pot servir de metàfora per entendre la situació econòmica, social i política del món actual. En aquest conte es revela tot un sistema de pors i xantatges basat en la cobdícia del rei que vol enriquir-se més. És un cercle viciós del qual res ni ningú que forma part d'aquest sistema sap escapar-se. Al cap i a la fi l'estupidesa i la cobdícia del rei del conte del senyor Juan Manuel són descobertes per una persona que no té res a perdre: el palafrener negre del rei (personatge que en el relat d'Andersen es converteix en un nen). Molts reconeixeran en les imatges del conte com n'és de tancat i ubic el

sistema econòmic d'avui. Pocs negaran que els exclosos del món són, abans que ningú altre, els que estan en condicions de desemmascarar les fal·làcies del sistema econòmic en què els toca viure, perquè són ells els que pateixen en carn pròpia l'estupidesa i la cobdícia dels que estan en el poder. No obstant això, la pregunta que ens pertoca a tots és què fer perquè aquestes anàlisis, aquestes conviccions i reconeixements es converteixin en alguna cosa concreta, alguna cosa amb potencial de canviar el sistema juntament amb les condicions de vida miserables de tanta gent.

Economia solidària

En efecte, constatem que, tant al nord com al sud, s'han desenvolupat experiències d'economies solidàries, amb el comú denominador que totes elles han començat d'una manera molt petita, molt precària, potser molt lligades a situacions de pobresa, fins i tot de pobresa extrema, podent-se citar com a exemple el cas concret de les caixes d'estalvi a nivell mundial. En la pràctica, aquestes experiències que van iniciar el seu camí molt tímidament, han arribat a constituir en molts casos un moviment molt fort que manté encara identitats destacades, sobretot a nivell local. Als països del sud, la cooperació ha estat un element present, sobretot per als més pobres que s'han organitzat recolzant-se mútuament per sobreviure en la pobresa i intentant-ne sortir, amb experiències importants en alguns casos d'autogestió. No obstant això, no es pot deixar de reconèixer que moltes de les experiències d'economia solidària han perdut els seus trets fundacionals, assimilades pel sistema neoliberal, en la mateixa mesura en què han oblidat l'escala de valors que va motivar la seva creació.

Un projecte major d'economia solidària es planteja com una estratègia que invita el conjunt d'actors econòmics i socials d'una localitat, una regió, un país i fins i tot a nivell internacional a construir una nova economia no només basant-se en el «competir» per aconseguir una taxa de guany, sinó en el «compartir» els beneficis, els coneixements, cada cop més equitativament?

Comerç just

D'una manera especial el comerç just s'emmarca en el que acabem d'identificar com 'experiències d'economia solidària'. A Europa van sorgir als anys cinquanta i seixanta, un gran nombre d'iniciatives en què es vinculaven productors del sud amb consumidors del nord. Al començament els productes (entre ells cafè, cacau, artesanies, etc.) es venien en botigues especials. Només hi acudia gent conscient que el negoci net o el comerç just era el camí per arribar a més igualtat econòmica en el món. «Solidaritat», agència holandesa de cooperació amb Amèrica Llatina, juntament amb alguns actors del món de la solidaritat i en estreta comunicació amb camperols del cafè mexicans, va revolucionar el concepte portant els productes justos als grans supermercats. A la fi dels anys vuitanta cafè amb el segell de garantia Max Havelaar va arribar a ser el primer producte adquirible per al públic general. Pel que fa al mercat holandès, van seguir les bananes i altres fruites fresques, totes proveïdes del segell Max Havelaar³. No obstant això, amb tot el que el comerç just va portar en termes de conscienciació del públic, i de beneficis per als productors de cafè i bananes, les quotes de mercat dels productes justos es van mantenir a nivells relativament modestos.

Despullant el nou imperi?

Tornem al conte de Juan Manuel. Com a metàfora aplicada al món d'avui la història del rei és eloqüent. Suggereix que el sistema està tancat hermèticament. No hi ha signes de canvis, encara que el rei al final hagi de reconèixer la seva estupidesa i ceguesa i encara que el palafrenier negre hagi pogut mostrar la seva capacitat d'anàlisi. Aquest seguirà de servent del rei, aquell, per nu que estigui, perseguirà el seu somni d'enriquir-se.

Sense voler ser excessivament fidels a la lletra del conte del rei nu, la 'veritat' del conte sembla reflectir les dificultats que pateixen l'economia solidària i el comerç just. Es podria arribar a la conclusió que, a iniciatives com aquestes, només se'ls permet una existència marginal.

Afortunadament queden encara més coses per explicar. En els últims anys el concepte de la responsabilitat social de l'empresa ha pres més volada, no sols a Europa i EUA, sinó també a Amèrica Llatina. Encara que el cafè amb segell Max Havelaar no hagi arrelat bé, el concepte de la responsabilitat social del consumidor sí que ha conveçut molts actors de la societat. Fa poc es va escampar la notícia que Douwe Egberts, antiga empresa torradora holandesa i filla de Sarah Lee (en rànking, la tercera empresa multinacional en compres de cafè), va decidir comprar part de les

seves importacions de cafè a través de la fundació Utz Kapeh⁴, una organització sense afany de lucre que promou la producció social i ecològicament sostenible de cafè. Si bé és cert que molt tímidament, és en el negoci de cafè on s'ha donat un primer signe d'interès de part dels grans jugadors a respectar certs codis de conducta amb els productors i el medi ambient. I en el món del comerç just creix la convicció que es necessiten projectes econòmics de gran escala perquè es produeixin els efectes desitjats en la vida dels productors.

El comte Lucanor

Una última vegada ens referim a l'antic relat de Don Juan Manuel. És clar que no té sentit posar les esperances en el rei nu. No obstant això, val la pena anar més enllà de la història del rei. El propi comte Lucanor, terratinent segons se'ns fa saber, decideix tenir confiança al seu conseller i no caure en la trampa que li va parlar l'estafador. Es manté, en altres paraules, en el seu sa judici. En això de mantenir comunicació transparent amb els seus col·laboradors, de no deixar-se portar cegament pel desig d'enriquir-se ràpidament sinó guardar certa racionalitat en el tracte dels seus negocis, el comte Lucanor pot servir de model a l'empresari modern, aliat nou en el comerç just.

«Solidaritat», mentrestant, va seguir el seu camí. El 2001 va crear l'empresa Kuyichi⁵, dedicada a vendre roba de moda a joves moderns i *guais*, per expressar-nos en el seu argot. Kuyichi vincula consumidors de roba de l'oest amb productors de cotó i confeccionistes del sud. Venem una marca, un *brand*, ja no amb segell Max Havelaar, ja no amb la pretensió de despullar l'emperador. Però sí que apostem que al final acabarem oferint roba justa, cafè just i bananes justes i altres articles justos a l'emperador, i que no li quedarà una altra opció que comprar-nos-els.

Notes

¹ El Comte Lucanor, escrit per don Juan Manuel, Infant de Castella, i publicat per primera vegada el 1335.

² Humberto Ortiz, *Economia Solidària: cap a una nova civilització el món, en el Perú, en les comunitats*, Lima 2003.

³ Sobre la història del comerç just a Holanda: *Comerç just. La història del cafè Max Havelaar, les bananes Oké i els texans Kuyichi*, Nico Roozen/Frans van der Hoff, Amsterdam 2003. Per aconseguir-lo escriu a info@solidaridad.nl

⁴ veure: www.utzkapeh.org

⁵ veure: www.kuyichi.org (només en anglès)