



"La globalització crea marginació"

Per Ignasi Carreras, director general d'Intermón des de 1995, les lleis comercials del nou mercat mundial són contràries als interessos dels països pobres. "El comerç just —assegura— és l'única possibilitat del sud de participar dignament en les xarxes comercials globals".

Juntament amb altres ONG europees, Intermón ha iniciat una campanya per familiaritzar la societat amb els conceptes de comerç just i consum responsable. Ignasi Carreras, enginyer industrial que fa vint anys que es mou en el món de la cooperació amb el tercer món, creu que el comerç just estableix noves relacions nord-sud basades en l'equitat, un valor que va més enllà de la solidaritat.

—*És el comerç just una nova forma de solidaritat o un codi ètic per als consumidors?*

—L'objectiu de les campanyes a favor del comerç just és qüestionar les regles del comerç internacional. La globalització econòmica és un dels factors que més provoca la marginació econòmica i les diferències entre els països del nord i del sud, i que més en provocarà en el futur. A Bolívia, per exemple, necessiten tractors i no en poden produir ni ara ni durant la dècada vinent, o sigui que n'hauran d'importar de països industrialitzats. I no poden gravar-hi aranzels perquè, a més de l'abolició propugnada pel GATT, els tractors fan falta igualment i no té gaire sentit obstructir-ne la importació amb aranzels. Però, en canvi, el que Bolívia pot exportar a Europa són bàsicament productes agropecuaris i Europa sí que imposa uns aranzels o té unes quotes d'importació determinades per aquests productes. Europa pot permetre's de ser proteccionista per preservar els interessos dels seus pagesos i ramaders. Ens protegim d'allò que altres poden tenir, però allò que altres no poden tenir, ens reservem el dret d'exportar-ho.

—*En un seminari celebrat a Madrid el mes de desembre passat, Intermón pretenia involucrar els principals actors socials espanyols en la seva cam-*

panya a favor del comerç just. Quins resultats concrets es van obtenir?

—Malauradament les ONG, organitzacions de comerç just i sindicats organitzadors no vam arrencar grans compromisos a les empreses i grups polítics que van participar-hi. Sí que vam establir uns parà-

metres d'actuació concrets: els grups polítics es van comprometre per exemple a desenvolupar una resolució per reconèixer legalment el concepte de comerç just, com una "forma viable per exemplificar les relacions entre nord i sud basades en l'ètica i l'equitat". A les organitzacions empresarials se'ls va demanar que introduïssin entre els seus associats codis ètics de conducta en les relacions amb productors del sud i, a les empreses, que apliquessin auditories per controlar que realment els seus productors del sud cobren sous dignes, no abusen del treball infantil i no es malmet el medi ambient en el procés de producció, perquè no quedi tot en una simple operació d'imatge.

—*Es va establir algun calendari per aplicar aquestes resolucions?*

—No, però esperem que alguns punts puguin ser desenvolupats durant el 1997. Per exemple, la Comunitat de Madrid es va comprometre a fer que en les seves dependències públiques es consumiria cafè de comerç just. Algunes

empreses, com els grans magatzems C&A, ja s'han aplicat una auditoria per comprovar que els seus proveïdors del sud compleixen el codi ètic acceptat per l'empresa.

—*Ha de ser difícil controlar a quins productors se'ls pot posar l'etiqueta del comerç just i a quins no.*

—És fàcil amb productes més tipificats: cafè, llet, potser catifes. Però n'hi ha alguns que es fa molt di-

"Certa part de l'opinió pública britànica ha començat a preguntar-se si la roba que porten l'han confeccionat treballadors amb seguretat social o si s'ha abusat del treball infantil o s'ha tingut en compte el respecte al medi ambient."



fícil establir-hi etiquetes, sobretot amb els tèxtils, que inclouen molta varietat de productes i molts països de producció. En aquests casos, les mateixes empreses distribuïdores han de proposar els seus propis codis ètics, els han de controlar i ho han de fer saber als consumidors i a l'opinió pública. Precisament ara, a Gran Bretanya, s'està fent una campanya perquè les grans distribuïdores tèxtils del país estableixin els seus propis codis, a partir d'uns mínims de seguretat social, horaris de treball, igualtat home-dona en els salaris, etc. Certa part de l'opinió pública britànica ha començat a preguntar-se si la roba que porten està feta amb aquestes condicions i les empreses han hagut de demostrar que mantenen un comportament correcte.

—Aquesta consciència per part dels consumidors existeix també a Catalunya?

—A Catalunya la gent encara no es planteja que el que compren afecta decisivament les relacions nord-sud.

—Com la campanya de la xocolata...

—Exacte. Intentem que els consumidors pressionin els governs i les empreses xocolateres perquè no permetin que es pugui fabricar xocolata rebaixant el percentatge de cacau i substituint-lo per altres mantegues vegetals. Això significaria una disminució de 200 mil tones e la producció de cacau a Ghana, Brasil, Camerun i Costa d'Ivori entre altres països, i afectaria dos milions de famílies africanes que

viuen de l'explotació del cacau. Aquí els consumidors de xocolata hi tenen molt a dir, perquè les ONG són febles davant del poder de les multinacionals xocolateres, com la Suchard i la Nestlé, amb pressupostos de més de 6 bilions de pessetes. Les ONG treballen amb el sud i podem denunciar les injustícies en casos concrets, però fa falta que els consumidors exigeixin a les empreses que practiquin el comerç just.

—El consum responsable és, doncs, una forma de solidaritat o és una altra cosa?

—A Intermón, el comerç just ens permet que tots els esforços que fem al sud per crear cooperatives, tinguin un futur molt més viable. És per tant una forma de cooperació. I és també un instrument de sensibilització. A partir de la compra d'uns productes, els consumidors es llegeixen les etiquetes i descobreixen coses que fins ara no sabien. A partir del comerç amb el sud poden aprendre no només sobre les cultures d'aquells països, sinó també sobre consum responsable. Per mi, la solidaritat va lligada a les situacions d'injustícia que es donen arreu del món. La manera de solucionar-los és obrint camins perquè s'eradiqui la pobresa però, sobretot, perquè s'eradiquin les situacions d'injustícia. El comerç just és un bon instrument, és una solidaritat que s'exerceix sense saber-la però que, sent-ne conscients, ens permet atacar l'origen de les situacions d'injustícia.

"A Catalunya la gent encara no es planteja que el que compren afecta decisivament les relacions nord-sud."

Antoni Cruañas