



Entrevista a Frans Van der Hoff

En febrero de 2006, la Universidad Católica de Lovaina (Louvain-la-Neuve, Bélgica) decidió honrar la continua dedicación y compromiso que por más de 25 años Frans Van der Hoff tuvo con el movimiento del comercio justo y con los pequeños productores del mundo. Durante los años ochenta, en las montañas de México, Frans Van der Hoff participó, como sacerdote obrero, de la cultura del café. Este doctor en teología y economía política descubrió allí algunas sencillas verdades: el mercado no funcionaba para los pequeños productores de café, la democracia solo concierne a unos pocos y no se aplica a las poblaciones indígenas. Estas sencillas verdades necesitaban ayuda para ser "comercializadas" y, en 1988, Frans Van der Hoff fue co-fundador de la Fair Trade Label "Max Havelaar". Mediante esta nueva etiqueta, los pequeños productores podrían finalmente decir: "no queremos caridad, sino una relación comercial respetuosa".

Puente @ Europa (P@E): ¿Qué es lo interesante de participar en el esquema de comercio justo?

En primer lugar, el comercio justo es una escuela que enseña cómo establecer relaciones comerciales justas y respetuosas. En mi opinión, el sur ha evolucionado mucho más en los aspectos políticos y económicos del comercio que su contraparte en el Norte, que está acostumbrado al sistema de caridad -dar al pobre- y se le hace muy difícil poner fin a este sistema de "desarrollo". A veces, hay también una cierta visión de superioridad: sabemos mejor qué es lo que hace falta hacer en el Sur. ¡Me gustaría recordar que el Norte ha hecho muchos desastres en el Sur!

Lo crucial del comercio justo es que permite al Sur crear nuevos modelos de desarrollo democrático para la economía. Para nosotros, en el Sur, la democracia es más importante que la economía pura porque va más allá de las relaciones comerciales, atañe a las relaciones personales; democracia en la que la participación, la pluralidad y la diferenciación son elementos claves.

No tenemos que estar todos de acuerdo, aun en la comunidad del comercio justo hay distintas visiones que, a veces, se enfrentan. Esto es lo interesante de participar en el sistema de comercio justo, aprender y establecer mejores, más concretas, relaciones comerciales. ¡Es una escuela, pero aún debemos graduarnos!

El comercio justo es parte de una importante lucha social, política y cultural librada desde el sur para que se reconozca su verdadero valor. Algunos piensan que con un ingreso superior a los dos dólares diarios erradicamos la pobreza. Esto no es cierto, pero el fortalecimiento, la recreación de relaciones comerciales respetuosas, como las que permite el comercio justo, nos dan la dignidad de caminar con la frente alta. Este fortalecimiento es mucho más poderoso que los ingresos de nuestras pequeñas haciendas de café. El comercio justo no es solo una cuestión económica. Precisamente ahora, desafortunadamente, lo estamos concentrando en la parte económica, pero tiene raíces sociales y políticas profundas que a veces el Norte difícilmente puede comprender.

P@E: ¿Cómo piensa que la Comunidad Europea podría apoyar el comercio justo?

Debería concentrarse en cómo evitar que las raíces históricas del concepto de comercio justo sean distorsionadas. Esto es crucial. Tenemos que asegurarnos que una etiqueta represente efectivamente aquello que simboliza. En la actualidad, todo el mundo puede utili-

zar "etiquetas éticas" engañosas que no pertenecen al comercio justo, y hay muchos que proclaman que son sostenibles o éticos, o que proclaman ser parte del comercio justo, mientras que en realidad no lo son. Conozco empresas que etiquetan sus productos como si fueran "comercio justo" y no lo son. Esto es engañar y confundir a los consumidores. Los criterios del *Fair Trade Labelling Organizations* (FLO) y del *International Federation of Alternative Trade* (IFAT) son los fundamentales y aquellos que hay que respetar. El precio mínimo es el criterio básico, si no hay precio mínimo hay explotación. La democracia en el mercado es esencial y es necesaria distinguirla de la libertad del mercado. Eventualmente queremos desarrollar nuestro mercado nacional y no depender tanto de las exportaciones. Es cierto que actualmente el mercado del comercio justo no puede absorber toda la producción del Sur, pero esto no significa que tengamos que diluir los criterios básicos para vender la producción. Debemos empezar de a poco, pero estamos creciendo. Con un crecimiento del 30%, el mercado del comercio justo será muy prometedor durante los próximos años y esto explica el acercamiento de nuevos actores que no participan de los principios del comercio justo.

P@E: ¿Cuáles son los desafíos y límites del comercio justo?

Algunas decisiones están solo guiadas por el mercado, y nosotros no lo estamos. Por ejemplo, permitir que corporaciones como Nestlé, que tienen tras de sí muchos años de prácticas injustas, ingresen al mercado del comercio justo es muy inquietante. Esta decisión causó muchas tensiones porque ellos certificaron solo un producto y reclamaron pertenecer al comercio justo; lo mismo vale en el caso de McDonalds. Nosotros queremos hacer negocios con gente, instituciones y empresas decentes, en un mercado decente, no con los que nos han explotado por más de cien años. Nuestros principales aliados son las pequeñas empresas y las organizaciones del comercio justo, pero ellos tienen los mismos problemas que nosotros: ¿dónde encontrar el pez gordo de mañana que nos alimente a todos? Tenemos que aprender de las grandes empresas, pero solo de las decentes.

P@E: ¿Cuál es el futuro del comercio justo?

Tenemos que ampliar la selección de productos y las relaciones comerciales. Queremos un mercado distinto pero con el mismo criterio, no necesariamente bajo FLO o IFAT, pero sí respetando las reglas que establecieron durante 25 años. Un monopolio nunca es bueno para los pequeños productores, pero necesitamos estándares claros.