REVISTA INTERNACIONAL CONSINTER DE DIREITO

Publicação Semestral Oficial do
Conselho Internacional de Estudos
Contemporâneos em Pós-Graduação

ANO II – NÚMERO II

EFETIVIDADE DO DIREITO

Lisboa
Editorial Juruá
2016

REVISTA INTERNACIONAL CONSINTER DE DIREITO, ANO II, Nº II, 1º SEM. 2016

Europa – Rua General Torres, 1.220 – Lojas 15 e 16 – Tel: +351 223 710 600
Centro Comercial D'Ouro – 4400-096 – Vila Nova de Gaia/Porto – Portugal
Home page: *www.editorialjurua.com* — e-mail: *internacional@jurua.net*

ISSN: 2183-6396

Depósito Legal: 398849/15

DOI: 10.19135/revista.consinter.00002.00

Editor:
Luiz Augusto de Oliveira Junior

Diretores da Revista:
David Vallespín Pérez
Germán Barreiro González
Gonçalo S. de Melo Bandeira
María Yolanda Sánchez-Urán Azaña

COLABORADORES:

Aline Fagundes dos Santos
Aloisio Krohling
Ana Clara Montenegro Fonseca
Antônio Carlos Efing
Dirce Nazaré de Andrade Ferreira
Fernando Rister de Sousa Lima
Fernando Sérgio Tenório de Amorim
Francisca Ramón Fernández
Gabriel Huberman Tyles
Glaucia Aparecida da Silva Faria Lamblem
Gonçalo S. de Melo Bandeira
Herleide Herculano Delgado
Isaac Sabbá Guimarães
J. Eduardo López Ahumada
João Jacinto Anhê Andorfato
José Marcelo Ferreira Costa
Juliana Melo Tsuruda
Karina Nogueira Vasconcelos
Luciano do Nascimento Silva
Lucinéia Rosa dos Santos
Marco Antonio Marques da Silva
Miguel Horvath Júnior
Murilo Euller Catuzo
Nuria Belloso Martín
Ricardo Vieira de Souza
Roberta Soares da Silva
Rolando Pavó Acosta
Tatsiana Ushakova

Integrantes do Conselho Editorial do

Alexandre Libório Dias Pereira

Doutor em Direito; Professor da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra.

Bruno Sena Martins

Doutor em Grupo de Estudos Anglo-Americanos pela Universidade de Coimbra; Professor da Universidade de Coimbra.

Carlos Francisco Molina del Pozo

Doutor em Direito; Professor Titular de Direito Administrativo e Diretor do Centro de Documentação Europeia na Universidade de Alcalá de Henares; Professor da Escola Diplomática e do Instituto Nacional de Administração Pública.

Manuel Martínez Neira

Doutor em Direito; Professor Titular da Faculdade de Ciências Sociais e Direito da Universidade Carlos III de Madrid.

Mário João Ferreira Monte

Doutor em Ciências Jurídico-Criminais; Professor Associado com nomeação definitiva na Escola de Direito da Universidade do Minho; membro integrado do Centro de Investigação de Direitos Humanos da Universidade do Minho e Presidente do Instituto Lusófono de Justiça Criminal (JUSTICRIM).

Nuno Manoel Pinto de Oliveira

Doutor em Direito; Professor da Escola de Direito da Universidade do Minho.

Nuria Belloso Martín

Doutora em Direito; Professora Catedrática de Filosofia do Direito na Faculdade de Direito da Universidade de Burgos.

Paulo Ferreira da Cunha

Doutor em Direito; Professor Catedrático da Faculdade de Direito da Universidade do Porto.

APRESENTAÇÃO

A **Revista Internacional CONSINTER de Direito** é uma publicação de cariz periódico do **CONSINTER – Conselho Internacional de Estudos Contemporâneos em Pós-Graduação** que tem por objetivo constituir-se num espaço exigente para a divulgação da produção científica de qualidade, inovadora e com profundidade, características que consideramos essenciais para o bom desenvolvimento da ciência jurídica no âmbito internacional.

Outra característica dos trabalhos selecionados para a **Revista Internacional CONSINTER de Direito** é a multiplicidade de pontos de vista e temas através dos quais o Direito é analisado. Uma revista que se pretende internacional tem o dever de abrir horizontes para temas, abordagens e enfoques os mais diversos e, através deste espaço, colaborar com um melhor diálogo académico.

Resultado de um trabalho criterioso de seleção, este volume que agora se apresenta destina-se a todos aqueles que pretendem pensar o Direito, ir além da sua aplicação quotidiana, mas sem deixar de lado o aspecto prático, tão característico das ciências.

COMERCIO JUSTO: ¿*CONTRADICTIO IN ADIECTO*?[1]

FAIR TRADE: *CONTRADICTIO IN ADIETO*?

Tatsiana Ushakova[2]

Resumen: El presente estudio pretende analizar el concepto "comercio justo" en tres ámbitos de conocimiento muy distintos. La reflexión se construye en torno a tres "variaciones" inspiradas en fuentes de registros casi incompatibles. La primera variación presenta una aproximación al comercio justo desde la perspectiva lingüística, y plantea la posibilidad de considerar el término como oxímoron, por analogía con el término "industria cultural", acuñado por Horkheimer y Adorno, y de alguna manera, privado de existencia hoy en día. La segunda variación retoma el razonamiento anterior desde un ángulo filosófico, anclado en la teoría crítica como punto de partida, y con referencia a la idea de la negación, propia de la dialéctica de Hegel. Finalmente, la tercera variación se fundamenta en un argumento jurídico, al construir la oposición en las ideas de "comercio global", desde el enfoque intergubernamental de la OMC, y de "comercio justo", desde la plataforma de la OMCJ.

Con todo, no se aspira a dar una respuesta, sino a buscarla. ¿Qué es el comercio justo? ¿Un oxímoron que permite "la estetización de la realidad social"? ¿Un objeto del análisis dialéctico? ¿Un mito en el contexto del comercio global?

Palabras clave: comercio justo, método dialéctico, teoría crítica, OMC, OMCJ.

Abstract: This study aims to analyze the concept of "fair trade" in three very different areas of knowledge. The reflection is built around three "variations" inspired by almost incompatible sources. The first variation presents an

[1] Este estudio se ha elaborado en el marco del Proyecto de investigación "Comercio y justicia social en un mundo globalizado, con especial referencia a los intereses de España" (DER2013-47698-R). Agradezco a D. José Ignacio López Soria sus observaciones críticas sobre el trabajo.

[2] Abogada, Doctora en Derecho, Profesora Asociada en la Universidad Carlos III de Madrid y en la Universidad de Alcalá, acreditada por la ANECA como Profesora Titular de Universidad en Ciencias Sociales y Jurídicas.

approach to fair trade from the linguistic perspective and raises the possibility of considering the term as an oxymoron by analogy with the term "cultural industry" coined by Horkheimer and Adorno and, somehow, deprived of existence today. The second variation takes the above reasoning from a philosophical angle anchored in the critical theory as a starting point, and with reference to the idea of negation typical of Hegel's dialectic. Finally, the third variation is based on legal arguments, building opposition between the ideas of "global trade" from the intergovernmental approach of the WTO, and "fair trade" from the platform of the WFTO.

However, this contribution does not intend to give an answer, but look for it. What is the meaning of fair trade? Is it an oxymoron that allows "the estheticization of social reality"? Is it an object of dialectical analysis? Is it a myth in the context of global trade?

Keywords: fair trade, dialectical method, critical theory, WTO, WFTO.

INTRODUCCIÓN

¿Qué es el comercio justo?

¿Un oxímoron que permite "la estetización de la realidad social"?

¿Un objeto del análisis dialéctico por medio de la negación?

¿Un mito en el contexto del comercio global?

No se pretende encontrar la respuesta, sino buscarla. Tampoco se aspira a la originalidad, sino, tal vez, a la estética formal. La reflexión se construye en torno a unas variaciones inspiradas en varias fuentes de registros casi incompatibles y, por lo tanto, enormemente tentadoras para mezclarlas, máxime en nuestros tiempos de especialización imperante y casi obligada. Se practica un ejercicio temerario que permite "resucitar" una visión arcaica y superada de la filosofía aún considerada por Mann, entre otros, como la reina de todas las ciencias. En sus palabras, el lugar de la filosofía entre ellas es comparable al del órgano entre los instrumentos musicales. "…[A]barca las demás ciencias, las resume intelectualmente, inserta y ordena en un cuadro universal los resultados de la investigación en todas las disciplinas, crea una síntesis superior y normativa, reveladora del sentido de la vida…"[3].

El pensamiento moderno, en su constante duda de sí mismo, no permite afirmaciones tajantes de este tipo. A su vez, también ha quedado

[3] MANN, Thomas. **Doctor Faustus. La vida del compositor alemán Adrian Leverkühn contada por un amigo**. Traducido por Eugenio Xammar, Edhasa: Colección Pocket/ Edhasa, 2009. Capítulo X.

superado el "adiós a la razón", como un intento de mostrar la fatal debilidad de una vieja teoría del conocimiento de la sociedad, frente al desarrollo de una nueva[4]. Hoy en día, se duda de la posibilidad de dudar y esto pavimenta la vuelta hacia el dogma (en el sentido más peyorativo del término, sin duda), sofisticadamente enmascarada en la falsa libertad de no ser creído.

Así que se trata de un juego al borde de la especulación y la herejía científica.

I VARIACIÓN PRIMERA, *a partir de un oxímoron agradable para el oído…*

¿Qué es el comercio justo?

¿Un oxímoron que permite "la estetización de la realidad social"?

La primera aproximación al término "comercio justo" en el ensayo se construye con fundamento en, y por analogía con, el concepto de industria cultural ideado en la *Dialéctica de la ilustración* por Horkheimer y Adorno[5], "reconsiderado" por el último[6], y, en cierto sentido, "privado de la existencia"[7]. En palabras de Hullot-Kentor, se oponen el significado de la industria cultural asimilado por cualquiera que lo invoca hoy en día y el de la *industria cultural* de Adorno que "de ninguna forma puede ser pronunciada en espera de encontrarse con la comprensión espontanea de lo que una vez significó"[8]. Los artífices de aquello "que una vez significó" remiten a la obra publicada en Ámsterdam en 1947, e indican que, en sus primeros esbozos, hablaban de la "cultura de masas"[9]. No obstante, la expresión inicial se sustituyó por

4 FEYERABEND, Paul. **Adiós a la Razón**. 3. ed. Madrid: Tecnos, 1996. p. 70.

5 The Cultural Industry: Enlightenment as Mass Deception, en HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. **Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments**. Edited by Gunzelin Schmid Noerr and translated by Edmund Jephcott, Stanford: Stanford University Press, 2002. p. 94-136. Véase la versión en castellano de Industria cultural. Ilustración como engaño de masas, en ADORNO, Theodor W. **Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos**. Obra completa 3, Madrid: Ediciones Akal.

6 ADORNO, Theodor W. Culture Industry Reconsidered. **New German Critique**, n. 6 (1975), transtaled by Anson. G. Raninbach, p. 12-19.

7 HULLOT-KENTOR, Robert. El sentido exacto en que ya no existe la industria cultural. **Constelaciones. Revista de Teoría Crítica**, n. 3, p. 3-23, diciembre 2011.

8 HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 6.

9 En este párrafo, se sigue al W. ADORNO, Theodor. *Op. cit*., p. 12.

la "industria cultural" para desvincularla del fenómeno positivo visto por sus adeptos como un producto de creación esporádica del arte popular, y resaltar más aun, si cabe, su oposición al arte de vanguardia[10]. La distinción es de suma importancia, ya que la industria cultural, en todos los ámbitos, implica la producción planificada para el consumo de masas y, a la vez, determina la naturaleza del consumo. Así, las masas representan la ideología de la cultura industrial que, por sí misma, apenas puede sobrevivir sin adaptarse a las masas. ¿Sería este el significado de la *industria cultural* que un diccionario americano contemporáneo marcaría como *absoleto*?[11].

Volviendo al "comercio justo", la construcción aquí pretendida busca su apoyo en la estrategia de una simple "mezcla de objetivo correlativo y artificio"[12]. Y es que resulta muy atractiva la idea de establecer un paralelismo entre el término adorniano de *industria cultural* y el de *comercio justo.* Resulta tentador referirse a ambos como productos de la estetización de la realidad social, realidad "adornada" con un adjetivo a la vez encantador y paralizante.

Es muy corriente la fascinación por las figuras retóricas. "¿Qué es un monstruo feroz donador de muerte que promete una vida mejor?" – pregunta Eco en su estudio sobre la obra de Hugo[13]. Acto seguido, contesta: "Un oxímoron". En la novela *Noventa y tres*, la frecuencia de su uso compite con la cifra del título: "ángel rapaz, íntimo desacuerdo, dulzura colosal, odiosamente auxiliador, terrible serenidad, inocentes venerandos, miserables tremendos, el infierno justo al alba, Lantenac que en un determinado momento se convierte de Satanás infernal en celeste Lucifer"[14]. Para Eco, "[e]l oxímoron es 'un microcosmos retórico que afirma la naturaleza sustancialmente antitética del mundo', pero subraya cómo al final las antítesis se resuelven en un orden superior"[15].

El círculo se cierra y el mensaje desaparece: "Su período de desintegración es aún menos que evanescente. En el momento en que surte efecto, sin sentir, escuchar ni ver nada, cada lector tendrá un fragmento de segundo para considerar fríamente la posible memoria del

[10] ADORNO, Theodor W. *Op. cit*., p. 141.

[11] HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 6.

[12] HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 8.

[13] ECO, Umberto. 'Hugo, Hélas!' La poética del exceso, en ECO, Umberto. **Construir al enemigo y otros escritos**. Traducción de Elena Lozano Miralles, Lumen, Random House Mondadori, Barcelona, 2012. p. 184.

[14] *Ibid*.

[15] *Ibid*.

olvido... Para que esta estrategia de transmisión funcione lo mejor posible, hay que medio pronunciar mientras leemos este conjuro de días pasados: *cold fire* de Shakespeare, *miserable abundance* de Donne, *nains géants* de Hugo, *permanencia de lo fugitivo* de Quevedo, *pleasing pain* de Spencer, *piano forte* de Beethoven, *soleil noir* de Baudelaire, *chiaroscuro* de Caravaggio –aquí hay sitio para *pale fire* de Nabokov– y, luego … *culture industry*"[16] o bien, (¿y por qué no?) nuestro *fair trade*… ¿No es cierto que el encantamiento se rompe igualmente?

Al pertenecer, de alguna manera, al dominio del pensamiento alemán, *Kulturindustrie (industria cultural)* recibe la crítica generalizada que también podría considerarse hoy en día como una muy buscada publicidad. De este modo, debe suscribirse lo que afirmaba Kraus hace más de un siglo. El gran truco del fraude lingüístico continúa cosechando un mejor rendimiento que los más notables logros de la creatividad lingüística, manteniendo a flote a generaciones de periodistas y libres pensadores, que no llegan a considerarse filósofos, y proporcionando a los lectores excusas contundentes para evitar las obras literarias[17]. En este punto de análisis, Franzen sitúa a Kraus en la línea de lo que se denominaba *a high modernist critique*[18]. En las figuras de Musil, Von Hofmannsthal, Benjamin, Adorno y, en especial, Kraus, visualiza la sublevación contra la objetivización de lo que debería ser más subjetivo. Según Kraus, con el aire de intimidad, el énfasis en invocar la percepción del autor y la abundancia de sesudas observaciones, el pensamiento clásico periodístico no aparenta otra cosa que una respuesta manifiestamente subjetiva a la realidad. Y sin embargo, una lectura más atenta lleva a la conclusión contraria y permite detectar en las opiniones destinadas al lector el rechazo de la visión personal. No se trata de una manipulación vulgar y encubierta, sino "una especie de coacción no coactiva"[19]. Los responsables de formar la opinión de las masas se sirven de la técnica de *twining curls on a bald head,* con ayuda de las herramientas que vulneran las leyes del espacio y el tiempo y movilizan

16 HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 8.

17 KRAUS, Karl. Heine and the Consequences, en FRANZEN, Jonathan. **The Kraus Project**. Essays by Karl Kraus Translated and Annotated by Jonathan Franzen with Assistance and Additional Notes from Paul Reitter and Daniel Kehlmann. A Bilingual Edition, London: Fourth Estate, 2013. p. 30-33.

18 Véase el comentario de FRANZEN, Jonathan. *Op. cit*., p. 33. En el presente párrafo, se sigue la reflexión del autor.

19 ZAMORA, José A. **Cultura, entretenimiento y sumisión**, en: [http://www.foroellacuria.org/otra_mirada/cultural1.html], [consulta: 17 de septiembre de 2015].

el pensamiento masivo ignorando la capacidad del lector de formar su propia opinión al respecto o, al menos, "preguntarse por qué". Aquí nos permitimos abrir un pequeño paréntesis y señalar que "el preguntarse por qué" forma parte de las cinco necesidades fundamentales del hombre, junto con la alimentación, el sueño, el afecto y el juego[20]. Para completar el retrato, suponemos que el hombre moderno no se crea ni se transforma, sino que se conforma sin saber, aunque ya queda avisado, que la lesión menos vil de todas – su adaptación al entorno – es la mayor[21].

Las reflexiones de Kraus, actualizadas por Franzen, hacen eco en la visión de Adorno sobre el arte cuya naturaleza se ve transformada a través de la industria cultural[22]. Su relativa e hipnótica novedad reside en que el arte deliberadamente reconoce su carácter de mercancía, rechaza su autonomía y, con orgullo, toma posesión entre otros objetos de negocio. A su vez, "[e]n la industria cultural desaparece tanto la crítica como el respeto: a la crítica le sucede la mecánica comprobación de la autenticidad de la obra, y al respeto, el culto pasajero de la celebridad"[23].

El arte pudo existir como un compartimento en el marco burgués. Y sin embargo, en esencia, su escueta libertad como negación de la utilidad social establecida a través del mercado está condicionada por la economía de mercado. También eran mercancías las obras de arte con pretensión de autosuficiencia y pureza, que se desagregaban de la utilidad social y seguían sus propias leyes.

Ahora bien, ninguna de las aspiraciones pretendidas tacita o explícitamente logra realizarse. En virtud de una conmovedora paradoja cultural, se produce la inversión del proceso normal evolutivo y del primitivo surge lo intelectual y lo refinado[24]. Y viceversa, el arte arrastra la vida al desorden. Los poetas de la humanidad vuelven a instaurar el caos, y no tienen reparos en contagiar con sus elogios y lamentos, bendiciones y maldiciones al mundo apenas ordenado[25].

---

20 Según la lista de ECO, Umberto. Ilustración y sentido común en ECO, Umberto. **A paso de cangrejo. Artículos, reflexiones y decepciones**. Traducción de María Pons Irazazábal, Debolsillo, Random House Mondadori, Barcelona, 2008. p. 90.

21 MAURA ZORITA, Eduardo. A propósito de la actualidad de la industria cultural. Nueve proposiciones. **Constelaciones. Revista de Teoría Crítica**, n. 3, p. 333 diciembre 2011.

22 The Cultural Industry: Enlightenment as Mass Deception. *Op. cit*., p. 127.

23 ADORNO, Theodor W. *Op. cit*., p. 174.

24 MANN, Thomas. *Op. cit*, Capítulo XXI.

25 KRAUS, Karl. *Op. cit*., p. 71.

"*De las estrellas*
El sagrado sentir
De lejos y en silencio
Llega hasta mí"[26].

El esquema se reproduce una y otra vez. Una y otra vez más, volvemos a sentir la necesidad de "un sistematizador, un maestro de la objetividad y de la organización"[27], lo bastante genial para combinar la "industria" y la "cultura" y el "comercio" y la "justicia". La necesidad es tan fuerte como la fascinación por la contradicción en los términos. Al igual que la "teología liberal", que es una madera férrea[28], la "industria cultural" y el "comercio justo" constituyen un *contradictio in adjecto.*

II VARIACIÓN SEGUNDA *a partir de un ejercicio dialéctico, basado en la necesidad de afirmar y refutar.*

¿Qué es el comercio justo?

¿Un objeto del análisis dialéctico por medio de la negación?

Una vez tomada la libertad de apostillar el término "comercio justo" como una *contradictio in adiecto,* se ha comprobado y demostrado que "hay en la libertad una tendencia constante a la inversión dialéctica"[29]. A través de sus personajes, Mann nos hace saber que las manifestaciones interesantes de la vida tienen siempre una doble cara, vuelta hacia el pasado y hacia el futuro. Son a la vez regresivas y progresivas. Reflejan la ambigüedad misma de la existencia.

La industria puede definirse como un dispositivo de fabricación: bien un conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos, o bien unas instalaciones destinadas a estas operaciones. Del mismo modo, el comercio designa un dispositivo de intercambio: bien la negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías, o bien la tienda, almacén o establecimiento comercial destinado a estos

26 Citado por MANN, Thomas. *Op. cit*., Capítulo XXI.
27 *Ibid*.
28 MANN, Thomas. *Op. cit*., Capítulo XI.
29 MANN, Thomas. *Op. cit*., Capítulo XXII.

propósitos[30]. En todo caso, ambas palabras aluden a la racionalización de una realidad o, si quiere, ambas aspiran a la "autoconservación"[31].

En cambio, tanto la *cultura*, cuando es cultura, como la *justicia,* cuando lo es, van más allá de la mera racionalización o la autoconservación. De la cultura, y por ende de la justicia, puede decirse que surge potencialmente de la capacidad para superar la mera utilidad. La cultura significa el "conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico"[32]. La justicia representa "una de las cuatro virtudes cardinales, que inclina a dar a cada uno lo que le corresponde o pertenece"[33] y "aquello que debe hacerse según derecho o razón"[34].

Tanto la industria cultural como el comercio justo experimentan la dinámica de la "unidad forzada de lo no combinable" objetivado en los conceptos "auto-antagonistas"[35] y, a la par, quieren acogerse desesperadamente a la idea de reconciliación. En el dinamismo se observa la esencia dialéctica de la aproximación a la realidad en la *Dialéctica de la ilustración*[36]. La cultura se representa como "una mercancía paradójica",

---

30 Véanse los fragmentos de las definiciones utilizadas como algunas de las entradas para los términos "industria" y "comercio" en la RAE. [www.rae.es], [consulta: el 28 de julio de 2015].

31 En el sentido en el que no la utiliza exactamente HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 11.

32 Primera "entrada" para el término "cultura". [www.rae.es], [consulta: el 28 de julio de 2015].

33 *Ibid*. La primera "entrada" para el término "justicia" recuerda la definición de Platón. "*Se buscará la justicia en el Estado (**pólis**) primeramente, y luego en el individuo. El Estado nace cuando el individuo no se autoabastece sino que necesita de otros, por lo cual se asocia con los demás. Estas necesidades son: 1) de alimentación, 2) de vivienda y 3) de vestimenta… Para saber si se halla justicia en el Estado, bastará con examinar si están presentes las otras tres partes de la excelencia: la sabiduría (**sophía**), la moderación (**sōphrosýnē**) y la valentía (**andreía**). El Estado es sabio no por el conocimiento de alguna cuestión particular, sino por el de su totalidad, que es el apropiado para la vigilancia que está presente en los guardianes. El Estado es valiente si lo es aquella parte suya que va a la guerra por su causa. El Estado es moderado cuando gobernantes y gobernados coinciden en quiénes deben gobernar: así la mejor parte gobierna a la peor… **La justicia en el Estado bien fundado** es lo que resta para que el Estado alcance la excelencia: consiste en que cada uno haga lo que le corresponde en el Estado*". PLATÓN, **Diálogos, IV República**. Madrid: Gredos, 2000, p. 23 y 25 de la "Introducción" y p. 120 y ss. y 225.

34 Una de las entradas para el término. [www.rae.es], [consulta: el 28 de julio de 2015].

35 HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 11.

36 ADORNO, Theodor W. *Op. cit.* Aquí y en las líneas que siguen se acoge la argumentación esbozada en el breve resumen de la obra, 2. "Dialectic of Enlightenment" de la Stanford Encyclopedia of Philosophy disponible en: <http://plato.stanford.edu/entries/adorno/> (consultada el 28 de julio de 2015).

"hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio, que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso, que ya no es posible usarla"[37]. No deben tomarse, en modo alguno, las tesis empleadas por los autores como las definiciones teóricas de unas categorías inmutables. Hay que atribuirles la condición de juicios críticos sobre las tendencias históricas. Los autores no se muestran tajantes en afirmar que el "mito" por naturaleza es una fuerza de la ilustración, ni que la ilustración "inevitablemente" vuelve a la mitología. De hecho, para ellos lo realmente "mítico", tanto en el mito como en la ilustración, es la idea de que no es posible el cambio fundamental. Se reconoce que "[e]ste 'siempre lo mismo' regula también la relación con el pasado. Lo nuevo de la fase de la cultura de masas respecto a la fase liberal tardía consiste justamente en la exclusión de lo nuevo"[38]. De este modo, la resistencia al cambio es propia tanto de la devoción de los antiguos mitos al destino como del apego moderno a los hechos. En consecuencia, al elaborar la "dialéctica de la ilustración" no se obra en disonancia con la *Fenomenología del espíritu* de Hegel[39].

En la dialéctica de Hegel también está presente la negación que deja trascender su carácter ilusorio. La negación dialéctica puede interpretarse como presente *en sí misma,* y por lo tanto, hermética, a pesar de toda la pretensión de negar y destruir para lograr la superación final. Afirma el filósofo más enigmático que "[l]a desigualdad que se produce en la conciencia entre el *yo* y la sustancia, que es su objeto, es su diferencia, lo *negativo* en general. Puede considerarse como *defecto* de ambos, pero es su alma o lo que los mueve a los dos: he ahí por qué algunos antiguos concebían el *vacío*, como el motor, ciertamente, como lo *negativo,* pero sin captar todavía lo negativo como el sí mismo. Ahora bien, si este algo negativo aparece ante todo como la desigualdad del yo con respecto al objeto, es también y en la misma medida la desigualdad de la sustancia con respecto a sí misma"[40]. Y continúa diciendo que "la sustancia es ella misma esencialmente lo negativo, en parte como diferenciación y determinación del contenido y en parte como una *simple* diferenciación, es decir, como sí mismo y saber en general"[41].

---

37 ADORNO, Theodor W. *Op. cit.*, p. 175.

38 ADORNO, Theodor W. *Op. cit*., p. 147.

39 HEGEL, G. W. F. **Fenomenología del espíritu**. Traducción de Wencelao Roces, con colaboración de Ricardo Guerra, Madrid: Fondo de Cultura Económica, 7. reimpresión 2000.

40 HEGEL, G. W. F. *Op. cit*., p. 26.

41 HEGEL, G. W. F. *Op. cit*., p. 27.

El pensamiento de Hegel alcanza una interpretación más profunda de la *síntesis*, a saber, el resultado final en que debe superarse la oposición de la primera posición (*tesis*) y la segunda (*antítesis*). En la síntesis de Hegel, la tesis y la antítesis no quedan restringidas, sino "superadas, conservadas y anuladas" (*aufgehoben*), en el sentido triple que posee esta palabra alemana: primero, anuladas en el sentido de "eliminadas"; segundo, superadas en el sentido de "conservadas", de modo que no desaparecen; tercero, superadas en el sentido de "alzadas" a un plano superior, en el cual ambas ya no aparecen como contrarias que se excluyen[42].

Los fragmentos citados, entre otras ideas, confirman que, por ahora, no se ha conseguido vencer a Hegel, al igual que a Kraus, en sus respectivas "luchas en la guerra por la incomprensibilidad"[43]. Es difícil no estar de acuerdo con que los estudios de Hegel se oscurecen por la abstracción y la concisión del estilo, por una terminología confusa y por la exagerada y precavida limitación de todas las proposiciones en el auxilio de una riqueza en cláusulas restrictivas[44]. También la lectura de las obras de Kraus se dificulta por el recurso excesivo a las alusiones y la concisión, esto sí, nada precavidas en sus juicios. El espíritu de sus planteamientos se ancla en la afirmación de que "*to expose the thief is to have exposed the owner*"[45].

En esta línea de ideas, el comercio justo no solo experimenta la diferenciación entre su sustancia equiparable al "comercio" y el adjetivo, sino dentro de cada uno de los componentes *en sí mismos*. El *comercio justo* desafía la sustancia del concepto "comercio" a través de la negación de su naturaleza esencialmente pragmática y conservadora, en especial, por la oposición al comercio entendido como un "comercio global". Dado que "global" – comoquiera que se invoque la palabra, y en cualquier combinación – significa la supervivencia al precio de nada menos que el todo[46]. Así, "todo" se opone claramente a lo "justo", entendido como el desglose de la "totalidad" para "dar a cada uno lo que le corresponde o le pertenece".

A su vez, el comercio global como signo del desarrollo actual y del progreso desafía a las teorías del comercio internacional. Valga

42 Sobre el método dialéctico de Hegel, véase en: STÖRIG, Hans Joachim. **Historia universal de la filosofía**. Traducción de Antonio Gómez Ramos, 2. reimpresión, Madrid: Tecnos, 2004. p. 509-512, en particular, p. 511.

43 FRANZEN, Jonathan. *Op. Cit.*, p. 117.

44 STÖRIG, Hans Joachim. *Op. cit*., p. 509.

45 FRANZEN, Jonathan. *Op. Cit.*, p. 117.

46 Citado por HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 11.

recordar que la teoría clásica se fundamenta en las ideas filosóficas del empirismo, los enciclopedistas franceses y la filosofía de la ilustración, corrientes que se aplicaron en los campos social, jurídico y económico y dieron origen al librecambismo[47]. En el ámbito del comercio, el liberalismo obtuvo su expresión más representativa en la frase: "*Laisser faire, laissez passer, le monde va de lui-même".*

La teoría neoclásica, que tuvo sus raíces en la escuela clásica, recoge lo esencial de la teoría de las ventajas comparativas, pero sustituye la teoría valor-trabajo por el estudio de los aspectos de distribución, basados en el principio de que cada factor influye en el proceso productivo con una aportación marginal; de ahí el cambio ideológico consistente en que todos los factores tienen su respectivo valor natural: renta para la naturaleza, salario para el trabajo e intereses para el capital[48]. Observamos que la teoría neoclásica modifica el objeto del estudio, que anteriormente se centraba en el factor trabajo como generador de los valores económicos, para resaltar el capital. Se instaura el imperativo de la obtención del máximo provecho neto de una dotación determinada de recursos productivos, lográndose el equilibrio del sistema de manera espontánea, casi automática, por la libre competencia en un mercado competitivo, único mecanismo válido para asignar recursos escasos a través de un sistema de precios[49].

Sin embargo, la influencia cultural siempre ha estado presente en la esfera económica. Los actores económicos buscan dominar los mercados y, en consecuencia, a los consumidores, que al fin y al cabo son personas[50]. Las ideologías políticas se inspiran en las tendencias culturales, es decir, se asientan sobre la visión del mundo. La etapa actual está marcada por un claro dominio tecnológico. Es la fase en la que las unidades productivas, básicamente, las empresas transnacionales, crean un entorno necesario para que sus ciclos productivos no se vean afectados por las decisiones políticas. Actúan en alianza con los medios de comunicación, fortalecidos por las nuevas tecnologías, que se convierten en un factor de influencia, por encima de los Estados, y condicionan las ideas, los criterios y los valores según sus preferencias o las prioridades de las empresas que buscan el dominio de los mercados internacionales. El intento de los actores globales para eliminar el Estado como una fuerza

47 SIERRALTA RÍOS, Aníbal. **Teoría evolutiva del comercio internacional**. Lima: Universidad ESAN, 2014. p. 30.

48 SIERRALTA RÍOS, Aníbal. *Op. cit*., p. 40-41.

49 SIERRALTA RÍOS, Aníbal. *Op. cit*., p. 41.

50 SIERRALTA RÍOS, Aníbal. *Op. cit*., p. 95-96.

reguladora fracasa una y otra vez y se traduce en algo contrario a lo pretendido, a saber, una mayor intervención estatal. El Estado vuelve a protagonizar el escenario, primero, para asegurar la libertad de juego, ignorando los intereses de otros actores e interlocutores sociales y, finalmente, tras la crisis, para acudir a estos últimos para el "rescate" de los actores globales perdidos en la anhelada libertad. Así, el liberalismo económico, por analogía con el pensamiento crítico, "por llegar al fondo y tocar directamente la verdad, se convierte en algo que trataba de combatir"[51].

A la espera de su turno de negación *en sí misma*, la "justicia" platónica y la "justicia" kantiana se muestran temerosas de sus precedentes bárbaros del "ojo por ojo" y "diente por diente". Del mismo modo, la identidad, entendida como la capacidad de hacer que la realidad irrumpa en la mente, teme a su *alter ego,* o la identidad como poder de arrebatar algo de las manos de otro y apoderarse de ello.

III VARIACIÓN TERCERA a partir de una declaración política tipo *Dicis-et-non-facis*

¿Qué es el comercio justo?

¿Un mito en el contexto del comercio global?

La Organización Mundial del Comercio Justo (OMCJ/WFTO) afirma que "el comercio justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza"[52]. Se fundamenta en condiciones laborales y salarios adecuados para los productores del Sur, que les permitan vivir con dignidad; la prohibición de la explotación laboral infantil; la igualdad entre hombres y mujeres (ambos reciben un trato y una retribución económica equitativa) y el respeto al medio ambiente (los artículos se fabrican a través de prácticas respetuosas con el entorno en el que se producen). Por todo lo anteriormente mencionado, el comercio justo se considera como una herramienta de cooperación.

---

51 HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 7.

52 Véase la definición original en inglés en la página oficial de la OMCJ. [http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade], [consulta: el 15 de agosto de 2015]. Citado por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), la plataforma española que agrupa a 29 organizaciones vinculadas al Comercio Justo. [http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/], [consulta: el 15 de agosto de 2015].

Desde el punto de vista de su existencia real, el concepto de "comercio justo" ostenta una posición residual y representa un fenómeno minoritario frente al de "comercio mundial" o "comercio global". El "comercio" por antonomasia se asocia con la Organización Mundial del Comercio (OMC/ WTO)[53]. En efecto, como consta en su página oficial, "es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, negociados y firmados por la gran mayoría de los Estados que participan en el comercio mundial"[54].

En la línea de comparación con la "industria cultural", la relación entre el "comercio justo" y el "comercio mundial" y, respectivamente, entre la OMCJ y la OMC, sería equiparable a la que existe entre el "arte de vanguardia" y la "industria cultural".

De este modo, el adjetivo "mundial" en la OMCJ y la OMC representan dos realidades distintas: respectivamente, la aspiración humana y la naturaleza de las cosas. Además, de conformidad con "el esquema de la calculabilidad del mundo", o "la equiparación mitologizante de las ideas con los números"[55], la manifestación distinta de dicho adjetivo se ilustra mediante los datos numéricos: la OMCJ es una agrupación de las organizaciones que actúa en setenta países, mientras que la OMC está formada por ciento sesenta y un Estados. La OMCJ aspira a la justicia en el comercio. En cambio, la OMC persigue la libertad de los intercambios comerciales. Así, la expresión "comercio mundial" podría calificarse como holística, en el sentido de que todo enunciado adquiere un significado y resulta verdadero o falso solo dentro de un sistema orgánico de suposiciones, un determinado esquema conceptual o, como se dice, dentro de un determinado paradigma[56]. De este modo, el "holismo político" y el "holismo de los filósofos" son parecidos al "holismo lingüístico" según el cual una determinada lengua, a través de su estructura semántica y sintáctica,

---

53 Véase sobre la OMC en su página oficial. [http://www.wto.org], [consulta: el 15 de agosto de 2015].

54 [https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm], [consulta: el 9 de septiembre de 2015].

55 "*...[L]as mismas equiparaciones dominan la justicia burguesa y el intercambio de mercancías. '¿No es acaso la regla de que sumando lo impar a lo par se obtiene impar un principio elemental tanto de la justicia como de la matemática? ¿Y no existe una verdadera coincidencia entre justicia conmutativa y justicia distributiva, por una parte, y proporciones geométricas y proporciones aritméticas, por otra?'*", – Pregunta Adorno, siguiendo a Bacon. ADORNO, Theodor W. *Op. cit.*, p. 23.

56 ECO, Umberto. Lo absoluto y lo relativo, en ECO, Umberto. **Construir al enemigo y otros escritos**. *Op. cit*., p. 54-55.

impondría una determinada visión del mundo[57]. Debe reconocerse que la OMC y la OMCJ ofrecen dos perspectivas distintas del "comercio mundial" y cada una de ellas resalta un aspecto distinto del mismo.

No obstante, y pese a la clara distinción de los propósitos principales de las dos organizaciones, existen bastante más valores en común para ambas de lo que pudiese parecer a primera vista. Ante todo, las denominaciones actuales son creaciones relativamente recientes: la OMCJ remite al 2008 y la OMC al 1994, aunque, en los dos casos, existían unos antecedentes más remotos[58]. Pero, si fuese solo por las siglas "OMC", serían incluso "partes de un mismo poema".

Desde luego, la búsqueda de un comercio justo comienza cronológicamente después de la liberalización del comercio. Las organizaciones afines a este objetivo deben cumplir diez principios: creación de oportunidades para productores con desventajas económicas; transparencia y responsabilidad; prácticas comerciales justas; pago de un precio justo; prohibición del trabajo infantil y trabajo forzoso; compromiso con la no discriminación, la igualdad de género y la libertad de asociación sindical; buenas condiciones de trabajo; desarrollo de capacidades; promoción del Comercio Justo y el respeto del medio ambiente[59].

---

57 ECO, Umberto Lo absoluto y lo relativo, en ECO, Umberto. **Construir al enemigo y otros escritos**. *Op. cit*., p. 56.

58 La OMC nació como consecuencia de unas negociaciones mantenidas en el período 1986-1994, la llamada Ronda Uruguay, y de anteriores negociaciones en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).

Los Estados partes del GATT, de 1947, decidieron en el Acuerdo de Marrakech, de 15 de abril de 1994 (en vigor desde el 1 de enero de 1995), crear la OMC como órgano encargado de velar por la libertad de los intercambios internacionales. El Acuerdo sobre la OMC incluye el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, de 1994. Este instrumento, denominado "GATT de 1994", se basa en el texto del "GATT de 1947". No obstante, la nueva versión refuerza sus normas originarias para el comercio de mercancías, abriendo un panorama más libre y competitivo. Entre otros aspectos, pone término a las políticas de protección que el antiguo GATT toleraba en determinadas esferas "sensibles". SIERRALTA RÍOS, Véase. *Op. cit*., p. 134-135.

Por lo que respecta a la OMCJ, desde 1970, las organizaciones del comercio alternativo venían reuniéndose cada cierto tiempo. En la Conferencia de Berlín, de 1987, decidieron que debían disponer de una estructura más formal. Tras las negociaciones sobre el proyecto de Constitución, llevadas a cabo por unas treinta y ocho organizaciones de comercio alternativo, el 12 de mayo de 1989, nació la Federación Internacional del Comercio Alternativo (FICA), la predecesora de la actual OMCJ.

En 2008, la FICA acordó modificar su nombre por la OMCJ y replantear su misión.

59 Véase los principios de la OMCJ en: "10 Principles of Fair Trade". [http://www.wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade], [consulta: el 10 de septiembre de 2015].

En cuanto a la OMC, tampoco le son ajenos los principios de transparencia, responsabilidad e igualdad, así como el compromiso con el medio ambiente. Los demás compromisos se traducen al lenguaje comercial mediante las ventajas para los países menos adelantados, la lucha contra la competencia desleal y el dumping social y el debate de la cláusula social.

Así, el comercio justo de la OMCJ es un mito con una vida paralela a la existencia del sistema de la OMC, esto es, la proyección de lo subjetivo sobre la naturaleza de lo "comercial". Y, a la par, el comercio justo se reconoce a sí mismo en los mitos, al desvincularse de aquellos que inducen a la confusión. Valga referirse a la entrada "mitológica" de la OMCJ[60]. En concreto, podemos citar los siete "mitos" sobre el comercio justo, con sus "realidades" correspondientes.

1 Mito: El comercio justo supone aplicar los salarios de los países desarrollados en los países en desarrollo.

Realidad: Los salarios reflejan una compensación justa, basada en el coste de producción, y no en unos estándares salariales de los Estados desarrollados (norteamericanos o europeos). Además, el salario justo se determina en función de una serie de factores, como: tiempo, cualificación y esfuerzo que implica la producción; el salario mínimo y el nivel de vida correspondiente al lugar de la producción; la capacidad adquisitiva en la comunidad o en la zona; otros criterios económicos en el contexto local.

2 Mito: El comercio justo desvía empleos norteamericanos o europeos (o de cualquier otro Estado desarrollado) hacia otros países.

Realidad: El comercio justo pretende mejorar el nivel de vida de los más pobres que a menudo carecen de otros ingresos. Los productos artesanos provienen de culturas y tradiciones que no están representadas en la producción masiva norteamericana o europea. La mayoría de los productos alimenticios del comercio justo carecen de análogos en EE.UU o Europa. Asimismo, las organizaciones de comercio justo en los países desarrollados pueden prosperar en forma

[60] Véase los "mitos" en: "Fair Trade Myths". [http://www.wfto.com/fair-trade/fair-trade-myths], [consulta: el 10 se septiembre de 2015]. La traducción del inglés es nuestra.

de pequeñas empresas y contribuir a la creación de empleo en las comunidades locales.

3 Mito: El comercio justo se manifiesta contra la globalización.

Realidad: Los intercambios internacionales están en el corazón del comercio justo. La OMCJ intenta maximizar los elementos positivos de la globalización para intensificar los contactos entre las personas, las comunidades y las culturas a través de los productos y las ideas. Al mismo tiempo, la Organización busca minimizar los elementos negativos que inducen al dumping social y ocultan el verdadero coste de la producción.

4 Mito: El comercio justo es una forma de caridad.

Realidad: El comercio justo promueve un cambio positivo y duradero mediante relaciones comerciales que proporcionan la autonomía. Su éxito se fundamenta en una organización independiente e inteligente y en la iniciativa empresarial y no en los actos caritativos. Aunque muchas organizaciones de comercio justo participan en los proyectos caritativos, el comercio y el intercambio de los productos constituyen el elemento principal de su actividad.

5 Mito: El comercio justo implica la fabricación de un producto más caro para el consumidor.

Realidad: La mayoría de los productos de comercio justo mantienen unos precios equiparables a los productos convencionales. El trabajo directo con los productores y la eliminación de intermediarios permite ofrecer unos productos accesibles para el consumidor y devolver un porcentaje superior del precio al fabricante.

6 Mito: El comercio justo rebaja la calidad del producto.

Realidad: Aunque la fabricación a mano presupone algunas variaciones, la OMCJ estudia la demanda y se esfuerza por crear productos de calidad. Prueba de ello es que ha recibido varios premios por la calidad.

7 Mito: El comercio justo abarca tan solo el café y chocolate.

Realidad: El comercio justo se practica en relación con un amplio abanico de productos de la agricultura y artesanía, entre otros: cestas, ropa, algodón, objetos de decoración, joyas, jabón, té, juguetes y vino. En efecto, el café resultó ser el primer producto agrícola comercializado por el comercio justo en 1988. No obstante, los objetos artesanales con el logo de comercio justo se han venido vendiendo desde el 1946.

Al desmentir los "mitos", el comercio justo pretende salir de su marco reducido y subjetivo y consolidarse como una realidad independiente y fuerte en el sistema del comercio mundial. Paradójicamente, las "realidades" del comercio justo forman parte de las fuerzas nuevas que atentan contra el orden establecido. A pesar de su aparente posición dominante en el orden comercial, la OMC sufre las consecuencias del debilitamiento de las antiguas naciones representadas por los Estados. Está en juego no tanto el antiguo y conocido antagonismo entre las metrópolis y ex colonias y el mundo desarrollado y en desarrollo, sino la oposición entre el Estado y el capital privado o, si se quiere, el mercado. El mercado no se identifica tan fácilmente con un logo como lo hacen la OMC y sus Estados miembros o la OMCJ y las organizaciones y ONG que la componen. Es una fuerza despiadada y opaca, capaz de un "bloqueo espontaneo de la espontaneidad"[61]. Así, la lucha de las antiguas naciones coloniales por su liberación acabó enmarcada en un movimiento que las ha sometido como mercados a fuerzas globales que ahora las dominan y despedazan de modo no menos cruel a como lo hizo el colonialismo, salvo que ahora es casi imposible movilizarse contra estas fuerzas, reivindicar una oposición a ellas o comprenderlas y saber quién o qué está al frente de las mismas[62].

El enunciado renovado de la misión de la OMCJ, de alguna manera, refleja la conciencia sobre el paso de lo conocido y periférico a lo desconocido y global[63]. En 2008, el momento de la transformación de la Federación Internacional del Comercio Alternativo (FICA) a la OMCJ, su misión anunciaba los propósitos de mejorar el nivel de vida de los

61 HULLOT-KENTOR, Robert. *Op. cit*., p. 19.

62 *Ibid*.

63 "History of WFTO". [http://wfto.com/about-us/history-wfto], [consulta: 15 de septiembre de 2015].

trabajadores y productores marginalizados, especialmente en el Sur, y transformar las estructuras injustas del comercio internacional, en general, por medio del Comercio Justo, de una mayor coordinación y cooperación de sus organizaciones miembros y la promoción de intereses de estas organizaciones y productores individuales.

En 2010, la misión acentúa la capacitación de los productores para que mejoren sus niveles de vida y refuerzan sus comunidades mediante el Comercio Justo. De cierto modo, la OMCJ hace suyo el imperativo de la globalización, aspiración "comercial" por antonomasia, y se propone "globalizarse" creando una red mundial y situando en el centro de su actuación los intereses de los productores, especialmente los pequeños agricultores y artesanos. Con este mensaje, se abandona la referencia anterior al Sur y se deja cautivar por el poder de la omnipresencia.

El nuevo sistema del Comercio Justo de 2011 es mucho más "representativo", "institucionalizado" y "estandarizado". En 2013, se fortalece el sistema de garantía de la adecuación de las organizaciones miembros al estándar de la OMCJ. En este sentido, cabe comparar la práctica de la Organización con otra iniciativa mundial llamada el Pacto Mundial (*Global Compact*)[64]. La reciente crisis financiera y económica hizo más visible esta creación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), al reafirmar la interdependencia de las economías nacionales y la necesidad de un consenso global sobre los principios y valores para la promoción de un desarrollo económico sostenible, justo y equitativo[65]. Las responsabilidades corporativa, social y medioambiental forman una parte importante del buscado consenso, y precisamente en este contexto, adquiere una especial relevancia el Pacto Mundial. La particularidad del Pacto consiste en que se configura como una plataforma y promueve la participación y el compromiso voluntario de las empresas que se adhieren a los diez principios agrupados en cuatro ámbitos de acción: derechos humanos; normas laborales; medio ambiente, y lucha contra la corrupción[66].

---

64 Página oficial del *Global Compact.* [https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc], [consulta: el 15 de septiembre de 2015].

65 Véase sobre el lugar del Pacto Mundial en la cooperación multilateral USHAKOVA, Tatsiana. La cooperación de las organizaciones internacionales para la promoción de los estándares laborales en el contexto de la crisis: el papel de la OIT. **Anuario Laboral 2015**. Aranzadi, Cizur Menor, p. 370-371.

66 Citado en castellano por la Red Pacto Mundial en España. [http://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/], [consulta: el 15 de septiembre de 2015].

La OMCJ y el Pacto Mundial tienen muchos rasgos en común. Se conciben como agrupaciones voluntarias de los actores importantes de la sociedad civil distintos de los Estados y las organizaciones internacionales intergubernamentales, aunque, en el primer caso, se trata de ONG y pequeñas empresas, mientras que en el segundo, de todo tipo de empresas comprometidas con los valores del desarrollo sostenible.

Es propio de ambas el compromiso con los diez principios, muchos de los cuales coinciden, y la necesidad de adecuación a los estándares que permiten permanecer en la organización y presumir, mediante el logo, de su actitud solidaria. En su momento, los promotores del Pacto Mundial lamentaban que, antes de la crisis, esta iniciativa pasaba bastante desapercibida, y la criticaban por su carácter voluntario y ausencia de mecanismos de control[67]. No es de extrañar que, una vez adquirido un logo tan parecido al de la ONU, algunas empresas adoptaban una actitud pasiva y olvidaban las obligaciones contraídas.

El nuevo Sistema de Garantía (SG), adoptado por la OMCJ en 2013 para prevenir un problema similar, pretende ser "revolucionario" en su credibilidad, claridad y carácter asequible[68]. Para que quede asegurada su eficacia, el nuevo SG se apoya en cinco elementos: el nuevo procedimiento de admisión de los miembros de la OMCJ, el informe de autoevaluación, el sistema de auditoría, la visita de control y el Control de Responsabilidad del Comercio Justo (CRCJ/ FTAW). El mecanismo de Control del Comercio Justo permite la participación pública para contrastar los informes de las organizaciones miembros con la opinión de la población. De este modo, superado el proceso del SG, los miembros adquieren el derecho a considerarse "Organización del Comercio Justo Garantizado" y utilizar el logo de la OMCJ en sus productos.

La transcendencia de la publicidad, como se ha señalado antes, desmiente el mito de que la Organización se oponga tajantemente a la globalización. Al contrario, hace uso de sus ventajas. Una de ellas es el "milagro" de las nuevas tecnologías. Las agrupaciones modernas de interlocutores sociales, como son la OMCJ y el Pacto Mundial, construyen y perfeccionan sus plataformas on-line para promover los

---

67 Véase el ensayo crítico de CONFINO, Jo. Cleaning up the Global Compact: dealing with the corporate free riders, para **The Guardian**, 28th March 2012. [http://www.guardian.co.uk/sustainable-business/cleaning-up-un-global-compact-green-wash], [consulta: el 5 de julio de 2013].

68 "Our Guarantee System". [http://wfto.com/standard-and-guarantee-system/guarantee-system]. [consulta: el 15 de septiembre de 2015].

valores que suscriben. El último epígrafe histórico de la OMCJ rinde homenaje al progreso tecnológico, resaltando que la web de la Organización se ha configurado como una herramienta fundamental de información y comunicación entre sus organizaciones miembros, y que las reuniones virtuales y la votación electrónica se han venido convirtiendo en una práctica común[69].

La plataforma reconoce que está lejos de superar los desafíos principales para el comercio justo: la pobreza y la exclusión social, y hace un llamamiento para que, con la contribución de todos, se haga del mundo un lugar mejor. La mayor visibilidad de sus propósitos también reclama una mayor coherencia.

En el sitio de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) de España, puede consultarse un documento titulado *Qué justicia comercial para qué Unión Europea*[70]. El titulo hace pensar en la diferencia fundamental entre las expresiones "comercio justo" y "justicia comercial", aunque parece, al menos en ocasiones, que los autores del documento las utilizan como sinónimos. No obstante, la diferencia reside no solo en el concepto subyacente, sino también en el contexto del uso: la justicia comercial, para la Unión Europea (UE), y el comercio justo, para la OMCJ. En todo caso, el mensaje es muy crítico con la política comercial de la UE. Se llega a afirmar que, mediante los acuerdos comerciales con terceros, la Unión intenta llegar a alcanzar las metas bloqueadas en las negociaciones de la OMC. Estos acuerdos, aun con nombres distintos, son en su esencia los acuerdos de libre comercio, "destinados a facilitar la expansión de las grandes empresas y del capital europeo a nivel mundial"[71]. La cooperación económica y el diálogo político anunciados quedan relegados a meras declaraciones de intenciones. En todo caso, revisten un papel secundario después de los objetivos comerciales.

"Liberalismo y proteccionismo son dos caras de la misma injusticia comercial", – señala uno de los subtítulos[72]. "El debate de hoy no es entre productores del Sur y productores europeos, entre productores y consumidores, o entre libre comercio y proteccionismo, sino entre

69 "History of WFTO". [http://wfto.com/about-us/history-wfto], [consulta: 17 de septiembre de 2015].

70 CECJ, "Qué justicia comercial para qué Unión Europea", estudio financiado por la UE. **Cuadernos de Comercio Justo**, n. 3, febrero 2014.

71 "Qué justicia comercial para qué Unión Europea", p. 5.

72 "Qué justicia comercial para qué Unión Europea", p. 4.

justicia e injusticia comercial"[73]. La exigencia de la justicia y también de la coherencia está presente en un mensaje muy ilustrativo: la libertad del libre comercio no debe traducirse tan solo en "la libertad del zorro en el gallinero", y el proteccionismo en la protección de "los intereses del agro-negocio transnacional"[74]. Aun así, el término "justicia comercial" evoca una asociación con las prácticas negativas citadas, parece aludir a unas reglas de juego propias del universo del libre comercio; en fin, alude a "otra" justicia.

Dejando de lado las vicisitudes terminológicas, la aspiración de la OMCJ de combatir la injusticia coincide con la pretensión de la teoría crítica de que, "con toda la inteligencia…, y la coincidencia de sus elementos con las teorías progresistas tradicionales, no tiene otra instancia específica para sí que el interés… por la superación de la injusticia social"[75].

El principio noveno de la OMCJ "promoción del Comercio Justo" encomienda a la Organización concienciar sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial. Aboga por el comercio justo de acuerdo con el alcance de la Organización. Ofrece información sobre los productos que comercializa y las organizaciones de productores o socios que los elaboran. Se utilizan siempre técnicas honestas de publicidad y de comercialización, que se complementan con las prácticas comerciales justas descritas en el tercer principio[76].

---

73 "Qué justicia comercial para qué Unión Europea", p. 14.

74 *Ibid*.

75 Pasaje de **Teoría tradicional y teoría crítica** citado por "La filosofía social crítica", STÖRIG, Hans Joachim. *Op. cit*., p. 708.

76 El principio 3 reza:

"*La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximiza sus ganancias a expensas de ellos. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos de una manera puntual. Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y con la calidad y especificaciones deseadas.*

Los compradores de Comercio Justo reconocen las desventajas financieras que los productores y proveedores enfrentan, aseguran que los pedidos sean pagados al recibo de los documentos y de acuerdo con las guías. Un prepago de por lo menos el 50% se hace si así es solicitado. Cuando los proveedores del Comercio Justo del Sur reciben un prepago de los compradores, ellos aseguran que este pago sea transferido a los productores o agricultores que hacen o desarrollan sus productos de Comercio Justo.

Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar pedidos.

Cuando los pedidos son cancelados por causas ajenas a los productores o proveedores, una compensación adecuada es garantizada por el trabajo ya hecho.

El modelo del comercio justo, promovido por la Organización, se inspira en la realidad dinámica y cambiante de las relaciones comerciales y busca nuevas formas de trabajo con todos los fabricantes, aunque con especial implicación con los más marginalizados del Sur. Tiende a incluir bajo su lema los nuevos *ítems,* y a vincular al proceso no solo a los pequeños productores, sino a todos los actores de las relaciones (productor-comprador y vendedor-consumidor). Cuanto más organizaciones y sus representantes estén comprometidos con los diez principios y los estándares del comercio justo, más justicia habrá en un mundo del comercio global. "*Non compilance? Alert us!*" – podemos observar en los lugares más visibles de la página.

CONCLUSIONES

¿Qué es el comercio justo? Todas las hipótesis planteadas por este estudio pueden ser ciertas. El "comercio justo", al igual que la "industria cultural", puede servir de premisa para "la estetización de la realidad social". Sin duda, hay que tener en cuenta que ambos términos se mueven en esferas de debate científico muy diferentes. Si, de algún modo, la "industria cultural" de Horkheimer y Adorno se presta al análisis lingüístico a partir del oxímoron, la misma premisa para el "comercio justo" exige un grado de abstracción de la realidad bastante más considerable. Al respecto, no debe obviarse que la industria cultural se mueve principalmente en el mundo simbólico o de la representación, mientras que el comercio justo se sitúa en el ámbito de la formación de

Los proveedores y productores consultan con los compradores si hay un problema con la entrega, y aseguran que una compensación sea proporcionada cuando las cualidades y las cantidades entregadas no coinciden con lo facturado.

La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y el crecimiento del Comercio Justo. Mantiene una comunicación efectiva con sus socios comerciales. Las partes involucradas en la relación comercial buscan aumentar el volumen comercial entre ellas y el valor y la diversidad de su oferta de productos como un medio de crecimiento del Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos. La organización trabaja en cooperación con las otras Organizaciones de Comercio Justo en el país y evita la competencia desleal. Se evita duplicar los diseños de patrones de otras organizaciones sin permiso.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados". Citado por la CECJ. [http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/], [consulta: el 15 de agosto de 2015].

las relaciones sociales; o, desde la perspectiva del debate entre Honneth y Fraser[77], la industria cultural está relacionada con el reconocimiento, mientras que el comercio justo se vincula con la justicia y la distribución. Aun así, los dos conceptos contienen una *contradictio in adiecto* "atractiva y paralizante", que lleva a establecer el paralelismo entre ambos en el contexto de la teoría crítica, y con el recurso al método dialéctico hegeliano.

En cuanto a la aproximación desde la óptica institucional y jurídica de la OMC y la OMCJ, cabe constatar que ninguna de las agrupaciones humanas (gubernamental o no gubernamental, pública o privada, unida por un interés global o específico) puede permitirse proclamar objetivos "injustos". Tampoco ninguna puede aspirar a tener ganada la batalla por la justicia. La organización que lleva en su título la palabra "justicia" asume una mayor responsabilidad al respecto, así como un mayor riesgo de ser objeto de crítica. Un proyecto que comienza como una iniciativa modesta pero con pretensiones ambiciosas inevitablemente cae en la dinámica antitética y experimenta la necesidad dialéctica de superarse a sí misma en cada nueva etapa de su desarrollo. En este sentido, existe el temor de que el Comercio Justo, como herramienta de apoyo a los fabricantes pequeños y marginalizados, se "globalice" (y lo debe hacer, ya que no se puede actuar localmente contra una injusticia global), y que se convierta en algo contrario a lo que pretendía ser.

BIBLIOGRAFÍA

ADORNO, T. W. Culture Industry Reconsidered, **New German Critique**. Transtaled by A. G. Raninbach. n. 6, 1975.

ADORNO, T. W. **Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos**. Obra completa 3, Madrid: Akal, 2013.

CECJ, Qué justicia comercial para qué Unión Europea, estudio financiado por la UE, **Cuadernos de Comercio Justo**, n. 3, febrero 2014.

CONFINO, J. Cleaning up the Global Compact: dealing with the corporate free riders, para **The Guardian***,* 28th March 2012.

ECO, U. Ilustración y sentido común, en ECO, U. **A paso de cangrejo. Artículos, reflexiones y decepciones**. Traducción de María Pons Irazazábal, Debolsillo, Barcelona: Random House Mondadori, 2008.

ECO, U. 'Hugo, Hélas!' La poética del exceso, en ECO, U. **Construir al enemigo y otros escritos**. Traducción de Elena Lozano Miralles, Lumen, Barcelona: Random House Mondadori, 2012.

[77] FRASER, Nancy; HONNETH, Axel A., **¿Redistribución o reconocimiento?** Traducido por P. Manzano, Madrid: Morata, 2006.

FEYERABEND, P. **Adiós a la Razón**. 3. ed. Madrid: Tecnos, 1996.

FRANZEN, J**. The Kraus Project. Essays by Karl Kraus Translated and Annotated by Jonathan Franzen with Assistance and Additional Notes from Paul Reitter and Daniel Kehlmann**. A Bilingual Edition, London: Fourth Estate, 2013.

FRASER N.; HONNETH, A. **¿Redistribución o reconocimiento?** Traducido por P. Manzano, Madrid: Morata, 2006.

HEGEL, G. W. F. **Fenomenología del espíritu**, en traducción de Wencelao Roces, con colaboración de Ricardo Guerra, Madrid: Fondo de Cultura Económica, 7. reimp. 2000.

HORKHEIMER M.; ADORNO, T. W. **Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments**, edited by Gunzelin Schmid Noerr and translated by Edmund Jephcott, Stanford: Stanford University Press, 2002.

HULLOT-KENTOR, R. El sentido exacto en que ya no existe la industria cultural, **Constelaciones. Revista de Teoría Crítica**, n. 3, diciembre 2011.

KRAUS, K. Heine and the Consequences, en FRANZEN, J. **The Kraus Project. Essays by Karl Kraus Translated and Annotated by Jonathan Franzen with Assistance and Additional Notes from Paul Reitter and Daniel Kehlmann**. A Bilingual Edition, London: Fourth Estate, 2013.

MANN, T. **Doctor Faustus. La vida del compositor alemán Adrian Leverkühn contada por un amigo**. Traducido por Eugenio Xammar, Edhasa: Colección Pocket/Edhasa, 2009.

MAURA ZORITA, E. A propósito de la actualidad de la industria cultural. Nueve proposiciones. **Constelaciones. Revista de Teoría Crítica**, n. 3, diciembre 2011.

PLATÓN, **Diálogos, IV República**. Madrid: Gredos, 2000.

OMC: <http://www.wto.org>

OMCJ: <http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>

SIERRALTA RÍOS, A. **Teoría evolutiva del comercio internacional**. Lima: Universidad ESAN, 2014.

STÖRIG, H. J. **Historia universal de la filosofía**. Traducción de A. Gómez Ramos, 2. reimp. Tecnos, Madrid, 2004.

USHAKOVA, T. La cooperación de las organizaciones internacionales para la promoción de los estándares laborales en el contexto de la crisis: el papel de la OIT. **Anuario Laboral 2015**, Aranzadi, Cizur Menor, 2015.

ZAMORA, J. A. **Cultura, entretenimiento y sumisión**. Disponible en: <http://www.foroellacuria.org/otra_mirada/cultural1.html>.