

Comercio Justo: ¿Suficiente para cambiar el mundo? Actitudes de la vida cotidiana que permiten un consumo más responsable

El pasado día **1 de diciembre**, la **Fundación Internacional Olof Palme** organizó una conferencia a cargo del politólogo **Josep Xurigué** sobre **Comercio Justo y Sostenibilidad**. El acto se celebró en la **Casa Capell**, un equipamiento municipal situado en el Parque Central de **Mataró**, dedicado a la difusión y formación sobre el desarrollo sostenible en la ciudad y a causas relacionadas con el Medio Ambiente.

La conferencia giró en torno al **Comercio Justo**, haciendo un análisis sobre la práctica de este tipo de comercio y su contribución a introducir un intercambio comercial más positivo a favor de los países productores, ofreciendo unas mejores condiciones comerciales, que aseguren los derechos laborales mínimos de los productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente en el Sur. Al mismo tiempo, se inició un interesante debate entre los asistentes sobre la aportación que puede realizar la sociedad desde sus preferencias en el consumo responsable, estudiando, a la vez, las actitudes de la vida cotidiana y las causas de un bajo interés en un tipo de comercio a menudo desconocido por gran parte de la población.



El **Comercio Justo** tiene como principales **objetivos** evitar los intermediarios y especuladores, garantizar unas condiciones laborales dignas, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, evitar y condenar la explotación infantil y la violación de **Derechos Humanos** fundamentales, respetar el medio ambiente y garantizar la calidad del producto elaborado ofrecido a un precio realmente justo. En los últimos años se ha dado una explosión consumista más bien vinculada a un tipo de comercio injusto. A lo largo del encuentro se creó debate en torno diferentes elementos relacionados con el tema, como por ejemplo la "Banca Ética", la "agricultura de kilómetro cero", la "Tasa Tobin" o el "Chicago Board of Trade", (centro financiero mundial en cuanto a materias primas agrícolas). Se llegó a la conclusión de la importancia de un cambio de mentalidad del consumidor medio, complicado en la coyuntura económica negativa en la que estamos inmersos hoy en día, y en el valor de un mayor esfuerzo en cuanto a campañas de difusión y sensibilización sobre los beneficios del Comercio Justo y las consecuencias negativas a infinidad de niveles, no tan sólo humanos sino también ecológicos, del comercio tal y como actualmente lo entendemos.

Los valores del **Comercio Justo**, pues, nos ayudan a dibujar la dirección hacia donde debe evolucionar el modelo productivo, energético y económico.