

¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?



Iago Araujo

¿QUÉ ES EL COMERCIO JUSTO?

PIBUJO Y GUIÓN:

IAGO ARAUJO MOLINA

iagoCreativografico.blogspot.com

COORDINACIÓN Y ASESORAMIENTO:

PIEGO ALONSO SALGAPO

REVISIÓN:

GONZALO GESTO QUIÑOY

MAQUETACIÓN:

EMILIA PEREIRO RIVEIRA

TRAPUCCIÓN:

HÉCTOR ESTÉVEZ VILLAR



AVISO SOBRE EL GÉNERO:

EN ESTE CÓMIC SE GENERALIZA EN FEMENINO (HABLAMO DE PERSONAS: "LAS PERSONAS CONSUMIDORAS"), POR ESO CUANDO SE LEA POR EJEMPLO "CONSUMIDORAS" NO SE DEBE ENTENDER QUE SOLAMENTE SE REFIERA AL GÉNERO FEMENINO.

CON EL APOYO
FINANCIERO DE:



UNIÓN EUROPEA

PRODUCCIÓN:



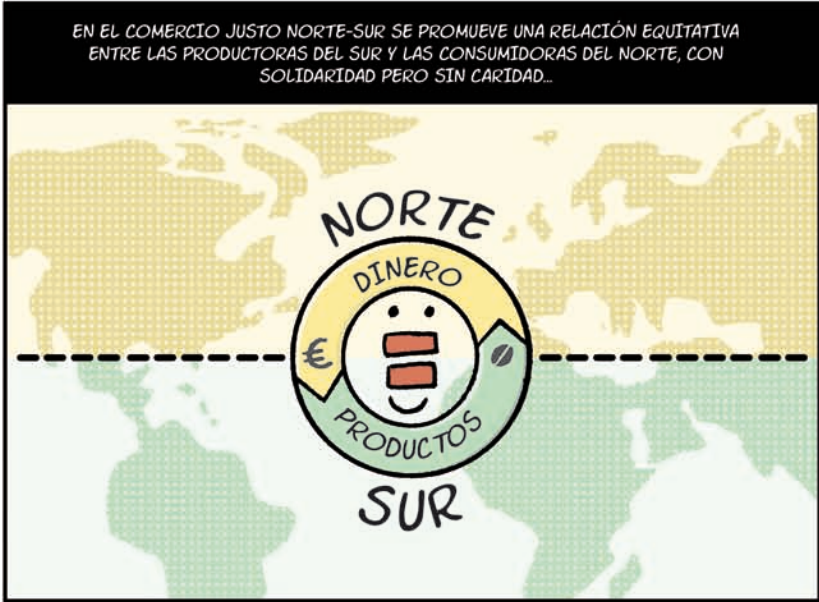
MATERIAL PRODUCIDO EN EL ÁMBITO DEL PROYECTO "ESPACIO POR UN COMERCIO JUSTO"
EL CONTENIDO DE ESTE CÓMIC ES RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL "ESPACIO POR UN COMERCIO JUSTO"
Y EN NINGÚN CASO DEBE CONSIDERARSE QUE REFLEJA LOS PUNTOS DE VISTA DE LA UNIÓN EUROPEA.







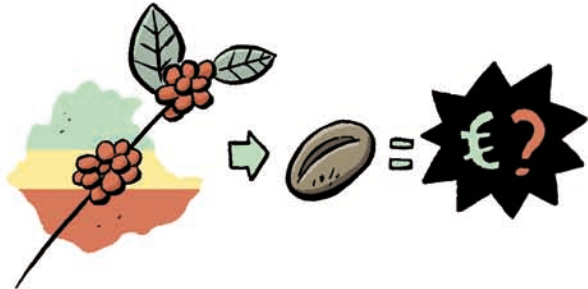




¿CREÉIS QUE REALMENTE NECESITAN DE NUESTRA CARIDAD CON LOS INMENSOS RECURSOS NATURALES QUE POSEEN...?



LA GLOBALIZACIÓN HIZO QUE ETIOPÍA DEPENDA DE LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ, EL 67% DE SU POBLACIÓN ES CAFICULTORA...



... Y EL CAFÉ ETÍOPE ES CONSIDERADO EL DE MEJOR CALIDAD DEL MUNDO...



... ACTUALMENTE ETIOPÍA ES UN PAÍS EMPOBRECIDO
DEPENDIENTE DEL COMERCIO INJUSTO INTERNACIONAL,
Y COMO ETIOPÍA MUCHOS PUEBLOS Y PAÍSES DEL SUR...



... POBREZA EN PAÍSES LLENOS DE
RIQUEZAS NATURALES...

PERO... NO ENTIENDO,
¿QUÉ LES IMPIDE ACCEDER A
TODA ESA RIQUEZA?...

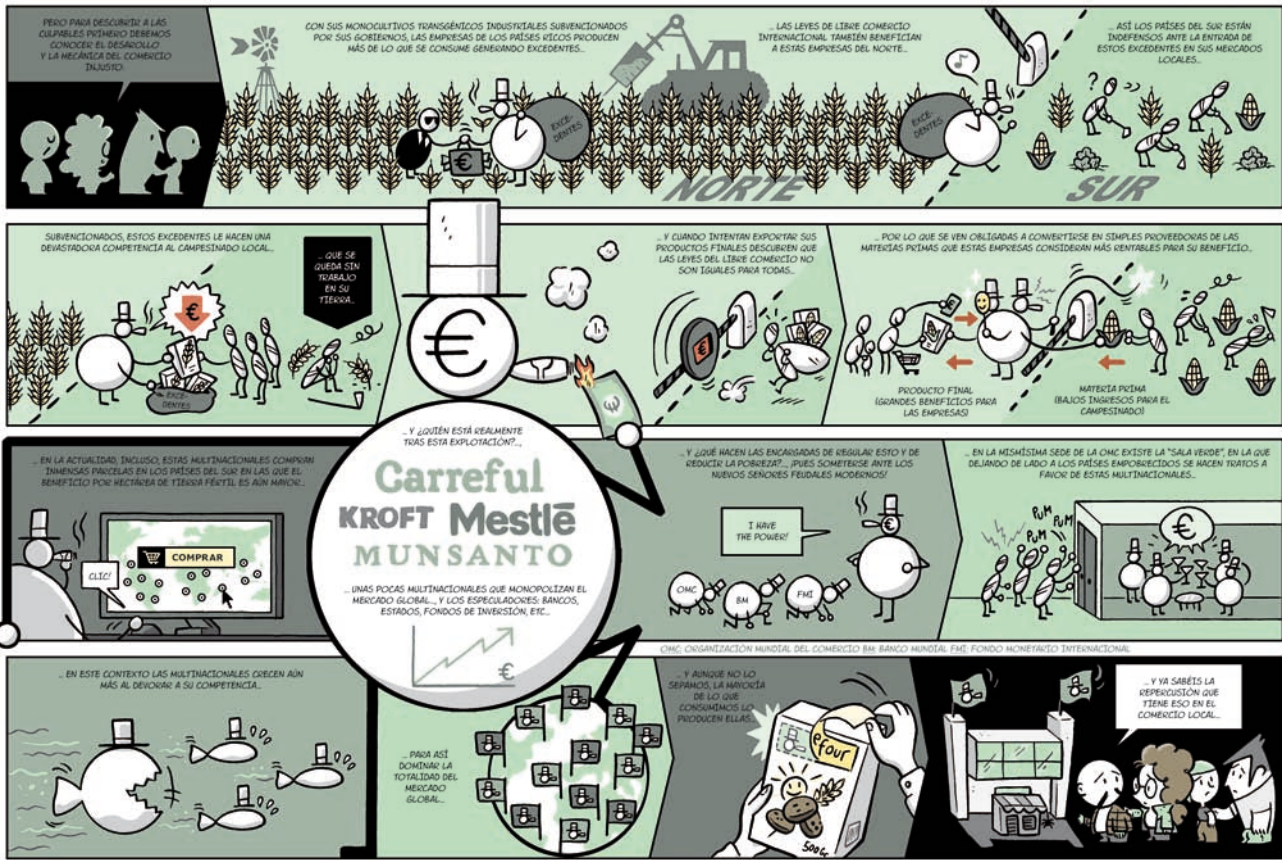
LA PREGUNTA
CORRECTA NO ES
"¿EL QUÉ?"...



... SINO
¿QUIÉN?...

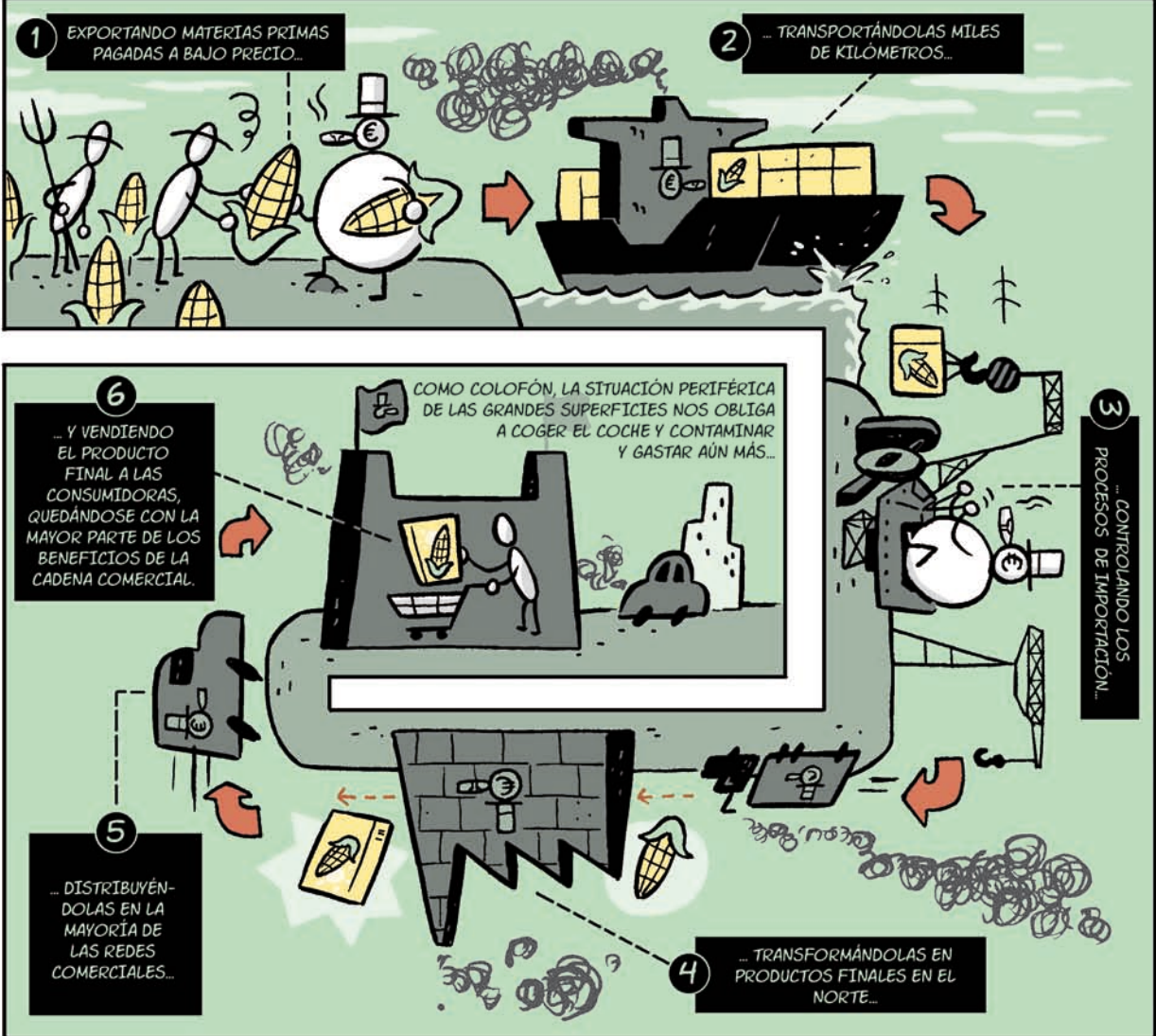


... Y LA RESPUESTA TIENE MUCHA
RELACIÓN CON QUE NUESTRA
CALLE PAREZCA CADA VEZ MÁS UN
BARRIO FANTASMA...





ASÍ FUNCIONA EL COMERCIO INJUSTO INTERNACIONAL:



ASÍ SE REPARTEN LOS BENEFICIOS DE ESTA LARGA CADENA COMERCIAL:



25% PARA LOS MINORISTAS (PRINCIPALMENTE SUS SUPERMERCADOS).

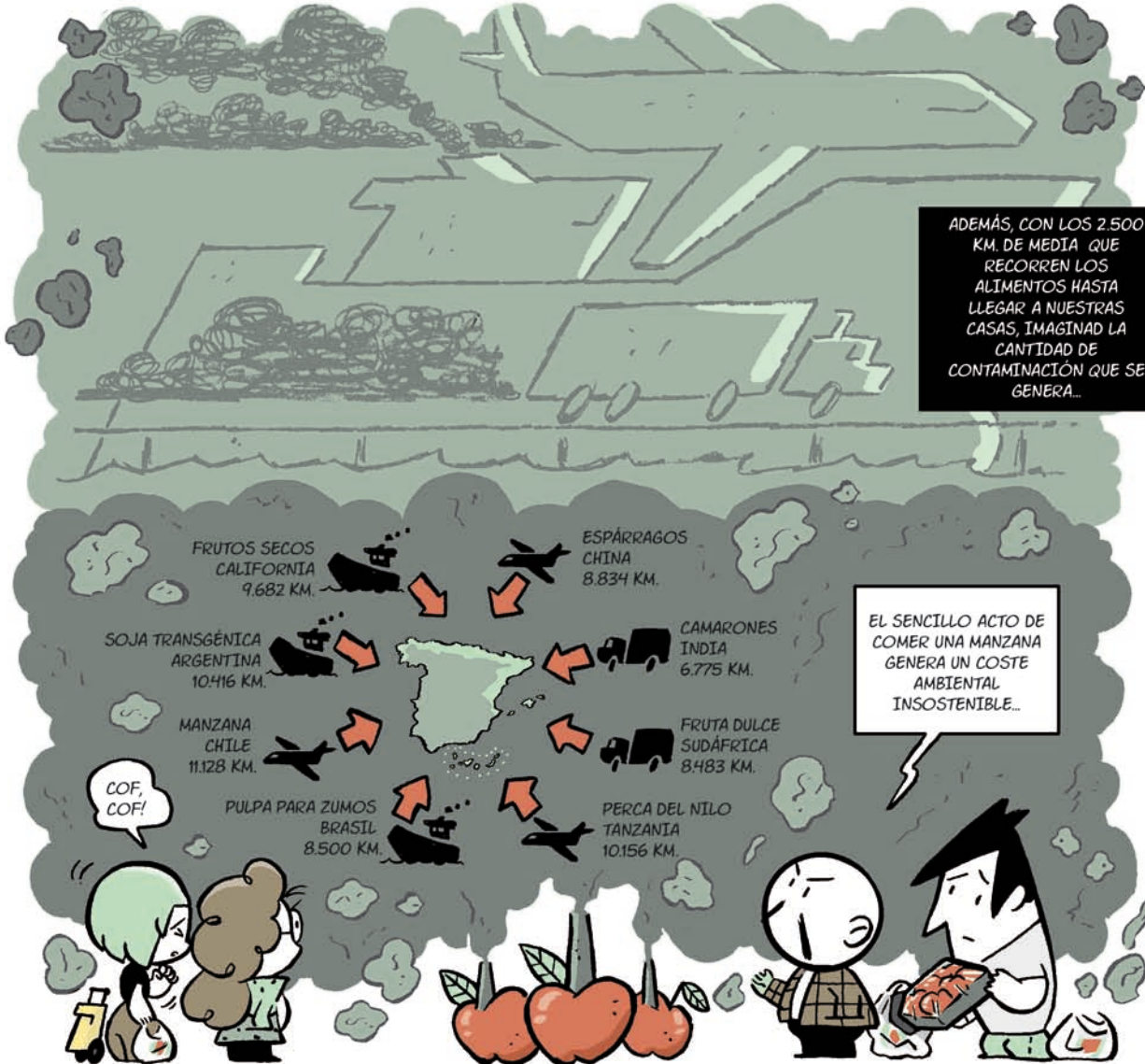
55% PARA LAS DISTRIBUIDORAS, TRANSFORMADORAS, IMPORTADORAS Y EL TRANSPORTE.

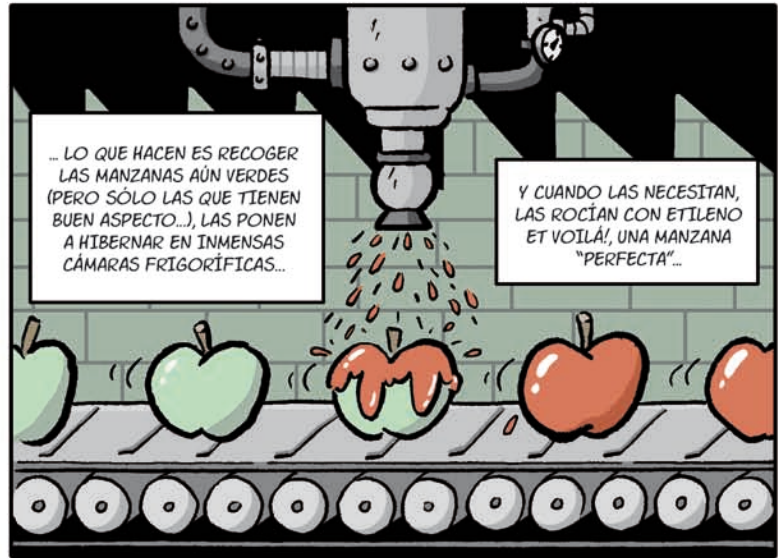
10% PARA LAS INTERMEDIARIAS.

10% PARA LAS AGRICULTORAS (COMO GRUPO).



¡SUR Y NORTE!, ¡ASÍ QUE BÁSICAMENTE LAS MULTINACIONALES EXPRIMEN A TODO EL MUNDO!





... ASÍ AUMENTA LA DEPENDENCIA QUE TENEMOS DE LAS MULTINACIONALES, PERDIENDO POCO A POCO NUESTRA CULTURA ALIMENTARIA.



¡FLIPO!, ASÍ QUE NOS VENDEN PRODUCTOS QUE NI SABEN A NADA, NI RESPETAN NINGUNO DE LOS DERECHOS DE LAS PRODUCTORAS, NI DE LAS VENDEDORAS, NI DE LAS CONSUMIDORAS...

-  DERECHOS SOCIALES
-  ECOLOGÍA
-  SALUD
-  MUNDO RURAL
-  CULTURA ALIMENTARIA
-  RELACIÓN CALIDAD PRECIO



LA ÚNICA LEY QUE RESPETAN LAS MULTINACIONALES ES ÉSTA:

INGRESOS DE LAS CONSUMIDORAS

LA LEY DEL EMBUDO:

"LO ANCHO PARA LO PROPIO, LO ESTRECHO PARA LO AJENO"... ANTEPONIENDO LOS BENEFICIOS PRIVADOS DE UNAS POCAS CONTRA EL BIENESTAR SOCIAL DE MUCHAS...

Mestíe Careful

KROFT MUNSANTO



... POR ESO SURGE EL COMERCIO JUSTO, COMO ALTERNATIVA AL ACTUAL MODELO DE TRANSACCIONES ECONÓMICAS...

... Y SU FILOSOFÍA SE REFLEJA MUY BIEN EN LOS PRINCIPIOS DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA...



¿SOBERANÍA ALIMENTARIA?...



LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

MANIFIESTA

"CADA PUEBLO TIENE DERECHO A DEFINIR SUS POLÍTICAS AGRARIAS, PESQUERAS Y ALIMENTARIAS DE MANERA SOSTENIBLE, A LARGO PLAZO."



DERECHOS



EL DERECHO A DEFINIR UNA POLÍTICA SOCIAL APROPIADA A LAS CIRCUNSTANCIAS DE CADA PUEBLO.

EL DERECHO A PRIORIZAR LA AGROECOLOGÍA COMO MODO DE PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE.



EL DERECHO A DEFINIR UNA POLÍTICA ECONÓMICA APTA PARA LLEVAR UNA VIDA DIGNA.

EL DERECHO A UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y NUTRITIVA.



EL DERECHO A PRESERVAR LA CULTURA ALIMENTARIA FAVORECIENDO LAS PRODUCCIONES LOCALES.

EL DERECHO A MANTENER UN MUNDO RURAL VIVO.



LA SOBERANÍA ALIMENTARIA PRESTA ESPECIAL ATENCIÓN A LOS DERECHOS DE LAS MUJERES POR EL PAPEL CENTRAL QUE JUEGAN EN LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA.

Y RESALTA LA RELACIÓN DIRECTA ENTRE LA IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS BARATOS Y LA DESAPARICIÓN DE LOS MERCADOS LOCALES Y EL MUNDO RURAL.



ESTOS PRINCIPIOS INTRODUCIDOS POR LA VÍA CAMPESINA EN LA CUMBRE MUNDIAL DE LA ALIMENTACIÓN DE 1996 EN ROMA...



...DEFIENDEN SOBRE TODO LA IMPORTANCIA QUE TIENE LA PRODUCCIÓN LOCAL Y LOS CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN COMO MEDIO PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS...

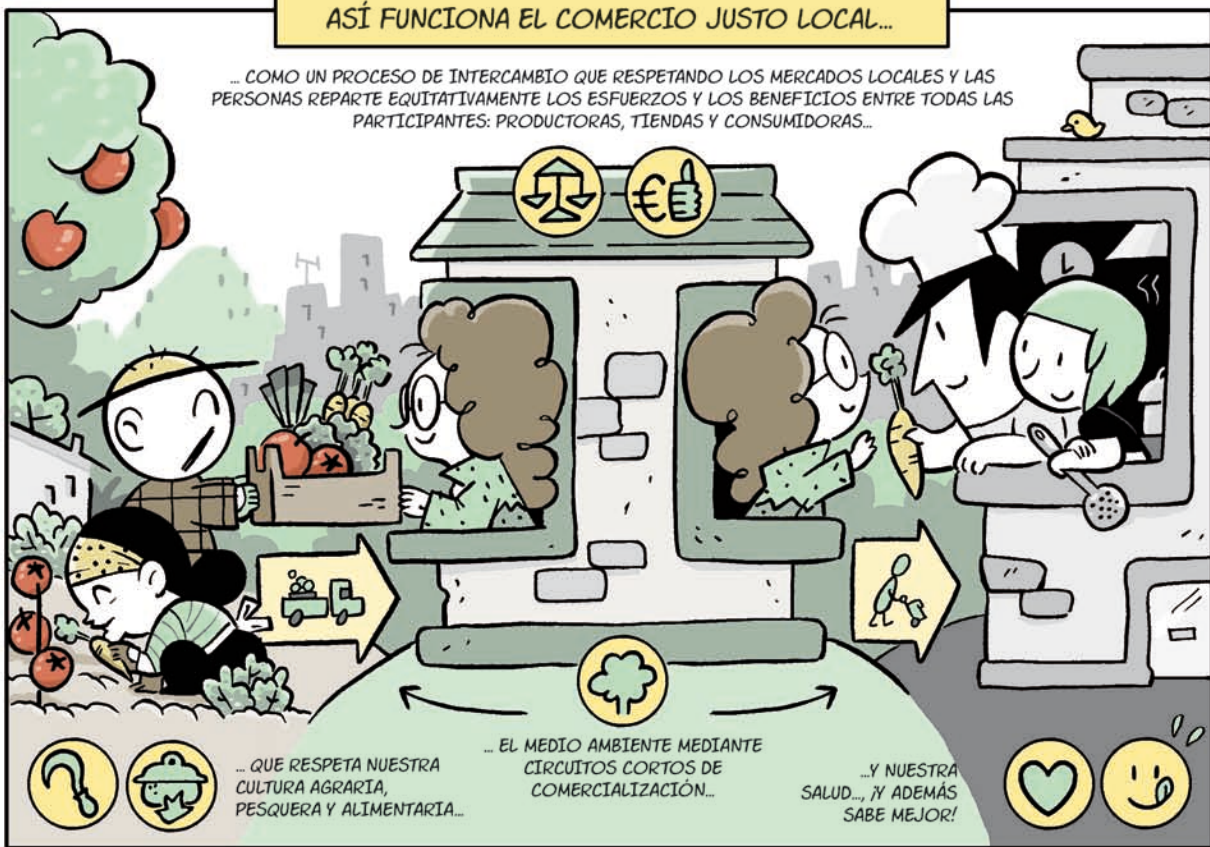


...POR ESO COLABORAMOS CON PRODUCTORAS COMO ÁGHATA Y SAMUEL, RESISTIENDO Y LUCHANDO A PESAR DE LO DIFÍCIL QUE NOS LO PONEN LAS MULTINACIONALES...



ASÍ FUNCIONA EL COMERCIO JUSTO LOCAL...

... COMO UN PROCESO DE INTERCAMBIO QUE RESPETANDO LOS MERCADOS LOCALES Y LAS PERSONAS REPARTE EQUITATIVAMENTE LOS ESFUERZOS Y LOS BENEFICIOS ENTRE TODAS LAS PARTICIPANTES: PRODUCTORAS, TIENDAS Y CONSUMIDORAS...



... QUE RESPETA NUESTRA CULTURA AGRARIA, PESQUERA Y ALIMENTARIA...

... EL MEDIO AMBIENTE MEDIANTE CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN...

... Y NUESTRA SALUD... ¡Y ADEMÁS SABE MEJOR!



Y EN EL CASO DE IMPORTAR, TRABAJANDO CON PRODUCTORAS QUE FOMENTEN LOS CULTIVOS AUTÓCTONOS, DIVERSIFICANDO SU PRODUCCIÓN Y TRANSFORMACIÓN Y DÁNDOLE PREFERENCIA A SUS MERCADOS LOCALES...



... ACORDANDO UN PRECIO JUSTO PARA IMPORTADORAS Y PRODUCTORAS MEDIANTE EL DIÁLOGO, INDEPENDIENTEMENTE DE LO QUE DIGAN LA BOLSA Y LOS MERCADOS CAPITALISTAS...

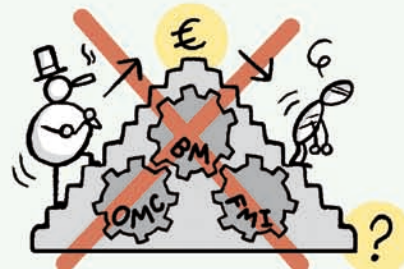


ASÍ FUNCIONA EL COMERCIO JUSTO NORTE-SUR

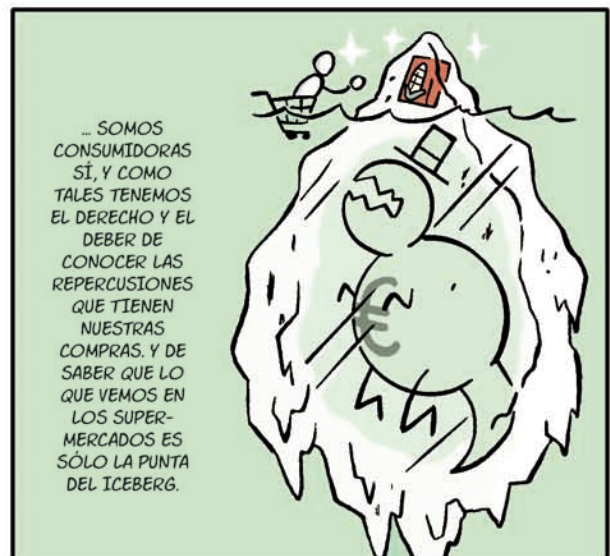
... IMPORTANDO SÓLO LO NECESARIO, LO QUE SERÍA INVIABLE PRODUCIR EN EL NORTE...



... FAVORECIENDO LAS RELACIONES ESTABLES Y SIN CREAR NUEVAS DEPENDENCIAS.



PERO LA MEJOR MANERA DE CUMPLIR EL OBJETIVO COMÚN ES DEFENDER LA SOBERANÍA ALIMENTARIA PROPIA Y CREAR REDES LOCALES NORTE-NORTE Y SUR-SUR...





¿ALTERNATIVAS?... PUES ADEMÁS DE LAS TIENDAS DE COMERCIO JUSTO EXISTEN LAS COOPERATIVAS DE CONSUMO, LOS GRUPOS DE CONSUMO, LA COMPRA DIRECTA, ETC...



... Y RECORDAR QUE CONSUMIR ALIMENTOS LOCALES Y DE TEMPORADA, COMPRADOS EN LOS MERCADOS LOCALES, TIENDAS DE BARRIO, PLAZAS DE ABASTOS, ETC... ES OTRA FORMA DE HACER COMERCIO JUSTO...

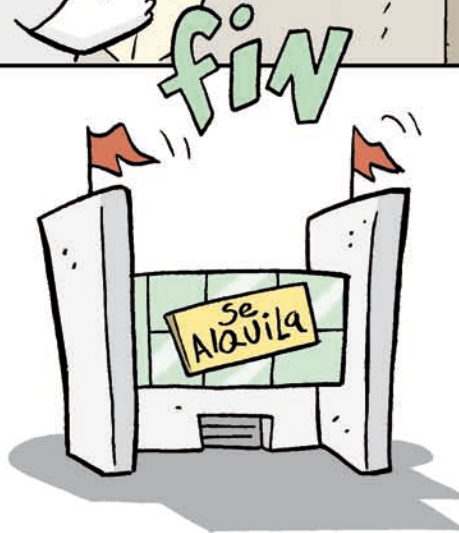
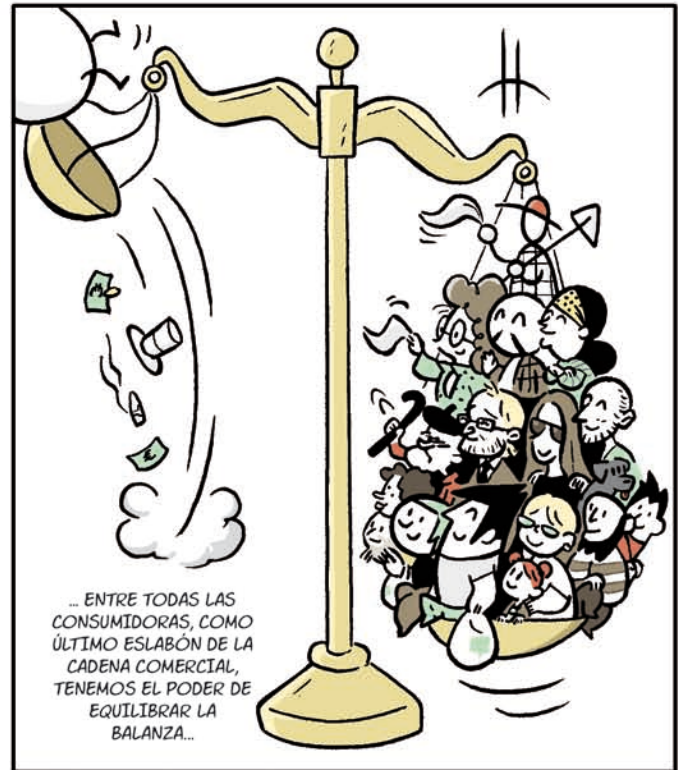
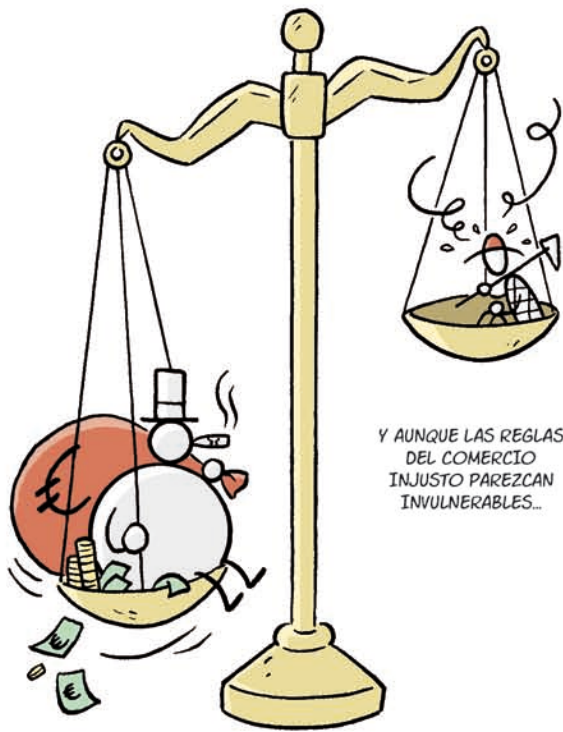
ADEMÁS, NUESTROS PROYECTOS NO TIENEN TAN SÓLO UN OBJETIVO COMERCIAL, OFRECEMOS ESPACIOS DE MOVILIZACIÓN SOCIAL...

... QUE BUSCAN CONSTANTEMENTE PROYECTOS AFINES QUE COMPARTAN LA MISMA TAREA INFORMATIVA Y PEDAGÓGICA...



... PUES ENTENDEMOS QUE LOS BENEFICIOS DE NUESTROS ACTOS DE CONSUMO SE MULTIPLICAN AL PARTICIPAR EN PROYECTOS COLECTIVOS Y EN SUS REDES DE TRABAJO...





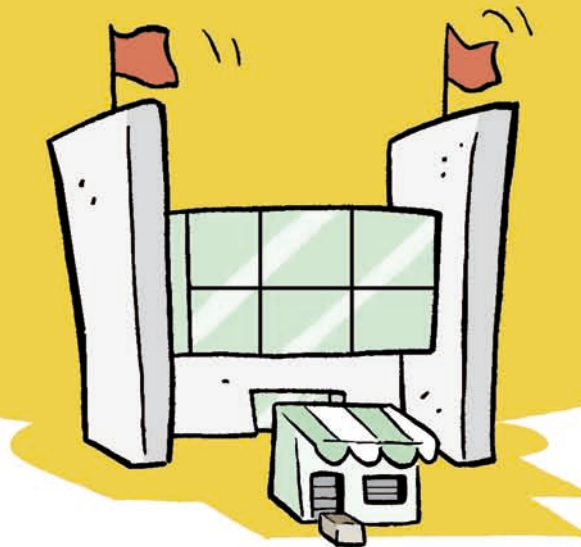
**ASOCIACIÓN CANARIA DE
ECONOMÍA ALTERNATIVA**
C/ AGUAPULCE, 42
35004 LAS PALMAS
JUSTOENCANARIAS@GMAIL.COM
WWW.JUSTOENCANARIAS.BLOGSPOT.COM
606 515 758

PIPESUR
C/ CIUPAP REAL, 1 (EL FORO)
19200 AZUQUECA DE HENARES
WWW.PIPESUR.ORG
COMERCIOJUSTO@PIPESUR.ORG
949 277 310 / 687 551 617

OCSI
C/ NAVARRERÍA, 27 BAJO
31001 PAMPLONA
WWW.E-OCSI.ORG
OCSI.NAVARRA@NOPOSO.ORG
948 225 312

SOPEPAZ
C/ LA PALMA, 69
28015 MAPRIPI
WWW.SOPEPAZ.ORG
ALAIN@SOPEPAZ.ORG
915 228 091

**JUAN Y MARÍA DESCUBREN QUE LA
TIENDA DE LA ESQUINA DE TODA LA VIDA
YA NO EXISTE... Y NO ES LA ÚNICA... SU
CALLE PARECE UN BARRIO FANTASMA,
¿QUÉ ESTÁ OCURRIENDO?, ¿TENDRÁ ALGO
QUE VER CON ESTOS CIERRES LA
APERTURA DE UNA NUEVA ÁREA
COMERCIAL?**



CON EL APOYO
FINANCIERO DE:



PRODUCCIÓN:

