

REVISAR PRÁCTICAS, PROMOVER NUEVAS REALIDADES

REFLEXIONES SOBRE LA SOSTENIBILIDAD EN LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DESDE EL COOPERATIVISMO

***Resumen:** En el artículo se problematiza el estado de situación del sistema de producción, comercialización y consumo en el capitalismo global, su concentración e impactos sociales y medioambientales. Luego se avanza en un análisis del concepto de sostenibilidad y en su relación con las prácticas, postulados y discursos del cooperativismo; dando cuenta a su vez de la oposición entre el capitalismo y sostenibilidad. Hacia el final se profundiza en la importancia de crear planes estratégicos desde el cooperativismo hacia la sostenibilidad, propiciando el debate a través de interrogantes.*

Autor¹: Montserrat Miño, Socia de la Coop. Colectivo Solidario. Investigadora del Departamento de Economía Social, Cooperativismo y Autogestión del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Lic. en Sociología, Esp. en Políticas Sociales y Maestranda en Políticas Sociales por la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Bs. As. Se ha desempeñado como docente en el nivel medio, universitario, en espacios no formales, y como consultora en temáticas de producción y comercialización.

1. Problematización del estado de situación en el modelo capitalista: producción, comercialización y consumo.

1.1. Sistema de producción

El sistema productivo capitalista se caracteriza, entre otras cuestiones, por la fragmentación de los momentos de la cadena de valor. Presentando a la extracción escindida de la elaboración, esta de la comercialización, y a la comercialización del consumo, dicho de modo esquemático podría resumirse en esos eslabones. Sin embargo, si buscamos entender al sistema de producción-consumo de un modo integral es necesario reconfigurar ese esquema lineal de acción y pensamiento. Si concebimos los eslabones de la cadena productiva de modo mutuamente determinados, distinguiéndose de la concepción dominante, podemos decir que las fases no son compartimentos estancos, sino que están integradas y se influyen mutuamente. Esto quiere decir, por ejemplo, que los modos de producción delimitan los consumos, que los consumos demandan ciertas formas de comercialización, y así también los modelos de comercialización influyen en la producción y en los consumos. Esta descripción nos permite sostener, que no hablamos de un proceso lineal, sino circular, en donde cada estadio posee implicancias en los demás, y está determinado tanto por el momento

¹ Las opiniones expresadas en este documento son las de su(s) autor(es) o autora(s) y no deben considerarse representativas de la de Cooperativas de las Américas o de la de la Confederación Cooperativa de la República de Argentina.

anterior como por el siguiente, podríamos decir que existe una interconexión entre todos los eslabones.

Si pensamos en el modelo dominante de producción en el capitalismo global, debemos tener en cuenta la enorme concentración de los recursos, ya que las decisiones y el poder se centralizan en pocas manos. Algunos datos estiman que la mayor parte del valor producido se condensa en un número reducido de grandes empresas: ya a inicios del Siglo XXI la tercera parte de la producción mundial total estaba en manos de tan sólo 200 empresas, radicadas en su mayor parte en los países industrializados, sobre todo en los Estados Unidos, Inglaterra y Japón (Fritscher Mundt, 2002). Este proceso de globalización, en el que las empresas han ido aumentando su tamaño a través de adquisiciones, compras, fusiones, etc.; nos permite decir que asistimos a la mundialización de la producción. En esta las cadenas de valor son globales, dominadas por empresas transnacionales no solamente dotadas de enorme poder económico, sino también político, ejercido a través de los sistemas de “puertas giratorias”, poder de lobbie², capacidad de presión y de acuerdos estratégicos. Algunos otros datos pueden profundizar en la claridad al respecto, según un estudio del Instituto Federal Suizo de Investigación Tecnológica sobre la red del control corporativo global, citado por Estévez Araújo (2012), se estima que 737 compañías detentan el 80% del poder corporativo mundial, y unas 147 empresas controlan el 38,4% de ese 80%.

A su vez este sistema de producción está vinculado a un modelo que requiere altos niveles de combustibles y de energía para abastecer los consumos, para Martínez (2007), se trata no sólo de un problema de cantidad, sino también de calidad y de poder. Considerando a su vez que la base de la oferta energética, tanto para producción de electricidad, como para abastecer a los vehículos, es el petróleo y el gas. Entre ambos recursos -no renovables- se llega al 96% de los insumos utilizados para el transporte mundial de bienes y personas.

1.2. Sistema de comercialización

El proceso de la concentración económica es una característica de la globalización, que puede visibilizarse en los modos de comercialización que propone el capitalismo. Éstos se distinguen por el comercio global, en donde los intercambios se dan entre diferentes países sin importar las distancias territoriales que existan entre ellos, sino los beneficios mercantiles; y por ser deslocalizados, es decir que su radicación se define en función de la ventaja competitiva o estratégica. Una de sus principales consecuencias es que habilitan a la formación de precios por parte de pocos grupos económicos. Esto quiere decir que luego de pagar todos sus costos de producción e impuestos, las empresas pueden colocar una tasa de ganancia que está por encima de las tasas medias, dado que no es posible que ingresen otros actores a competir, o en el caso de que existan competidores tienen una participación marginal en el total del mercado. Incluso, en muchos casos, al tratarse de empresas diversificadas y con vinculaciones con otros

² Entre los principales lobbies globales podemos mencionar: el complejo de la industria militar, el de la industria alimentaria, el energético, el financiero, el sanitario y el tecnológico.

mercados extranjeros, la formación de precios está enlazada a la maximización de su renta.

Los tratados de libre comercio y la legislación que habilita dichas prácticas en los distintos países no contemplan la problemática ambiental ni social, a su vez fomentan el traslado de las producciones más contaminantes a los territorios con menor poder económico y político, haciendo uso de un discurso que pregona la generación de puestos laborales.

En este contexto no todos los países tienen responsabilidades equiparables. Los acuerdos de libre comercio en el seno de la OMC (Organización Mundial del Comercio), facilitados por el FMI (Fondo Monetario Internacional), abalados por Estados Unidos y la UE (Unión Europea), han implicado el agravamiento de la crisis ambiental, por ejemplo, podemos mencionar que la UE es la responsable del 5,4% de la huella ecológica mundial³ (González Reyes, 2011).

Por otra parte, el sistema de comercialización dominante requiere de enormes usos de energías no renovables y de energía nuclear, lo cual implica una hipoteca radiactiva y riesgos de graves accidentes. Otro aspecto que va en la misma línea es la pérdida de biodiversidad, la cual se debe a factores como: la sobreexplotación de especies, la introducción de especies no autóctonas, la fragmentación del territorio y el cambio climático. Todos estos elementos se vinculan con el modelo de producción comercialización y consumo. A modo de ejemplo la deforestación, atada al cultivo de soja, relacionado a su vez con el precio de esta en los mercados internacionales.

Por su parte el modelo de comercialización internacional se retroalimenta en el modelo de abastecimiento local basado en las grandes superficies⁴, las cuales concentran la distribución de bienes de consumo masivo. Algunos datos pueden contribuir en la comprensión de los rieles de poder que poseen estos actores. En la Argentina, un conjunto de siete empresas concentra: el mayor número de establecimientos, las más amplias superficies y las facturaciones con una venta del 58% del total de alimentos y bebidas en el país (Santellán, 2011). La creciente concentración de poder comercial y construcción de escala ha permitido a estas empresas asirse en una progresiva posición dominante, lo que las habilita a determinar los principios y reglas mercantiles bajo las cuales deberán someterse los proveedores/as y consumidores/as.

Se tratan además de amplias superficies que persuaden a través de la publicidad que hace eje en la asociación entre el consumo como medio de canalización de emociones, como espacio de socialización, diversión, entre otros. A su vez se facilita la concreción de la compra debido a la oferta inmobiliaria de la que disponen, lo que se valida si

³ La huella ecológica es el total de superficie ecológicamente productiva que se necesita para producir los recursos consumidos por los ciudadanos, así como la necesaria para absorber los residuos que estos generan, independientemente de la localización de estas superficies.

⁴ Las grandes superficies comerciales (supermercados, centros comerciales e hipermercados) son los espacios en los que se desarrollan actividades comerciales minoristas, las cuales disponen de una superficie igual o superior a 2.000 metros cuadrados en una localidad con una población superior a 50.000 habitantes (Otonín Barrera, 2005).

consideramos que los hipermercados cuentan en el país con 10.000 m², los grandes supermercados con entre 1.500 y 2.500 m², los de proximidad con entre 350 a 1.000 m² y los autoservicios con 350 m² (Ibíd, 2011). Estas superficies crean una supuesta diversificación de la oferta, instalando modas y patrones de consumo a escala masiva.

Es importante enmarcar la temática en las relaciones desiguales Norte-Sur. Para ello son útiles algunos datos que revelan las ganancias de las grandes superficies en los distintos países. Según referencias internacionales, para 2012 el margen de ganancias de los supermercados en Estados Unidos fue de un 1,5% (Food Marketing Institute, 2013), mientras que en Argentina se ubica en un 3,8%. Otro dato que acompaña el análisis de la desigual ganancia es el retorno de la inversión, para Carrefour en 2013 fue de un 4,3% en Latinoamérica, mientras que en Francia alcanzó un 2,6% y en todo Europa un 2,4%. (Ibíd, 2013). A esto deberíamos sumarle el giro de remesas de utilidades al exterior, sobre las cuales no existen datos disponibles.

Por su parte, los grandes grupos transnacionales, quienes incorporaron nuevas tecnologías que permitieron organizar la producción a escala global, han impulsado la promoción del cambio de patrón alimentario, acelerando la homogeneización de la “dieta global” y la pérdida de identidad (Aguirre, 2015). A partir de lo expuesto, podemos indicar que la comercialización concentrada es parte de un proceso global que incluye además modos dominantes de producir y consumir.

1.3. Sistema consumista

El consumismo es un sistema de valores e ideas instalado a escala global y que se presenta como legítimo en el mundo occidental. Sus raíces históricas pueden ubicarse en los “Treinta Gloriosos”⁵, momento en el cual se manifestó la internacionalización de las economías, de la mano del modelo económico keynesiano, uno de cuyos pilares estuvo constituido por el consumo de masas como motor. La segunda posguerra trajo de la mano la necesidad de reconvertir la industria bélica hacia otros fines, y en paralelo se fue conformando un sistema cultural que avalaba “la felicidad en el aquí y ahora”, promovido por una sociedad europea que salía de años de guerra y con el New Deal como impulsor. Otro elemento destacado que multiplicó la capacidad productiva de la economía mundial fue la división internacional del trabajo mucho más compleja y minuciosa (Hobsbawm, 1995). En los años setenta tiene lugar una explosión del mercado financiero, arrojando como resultado la posibilidad de acceder a más bienes y servicios de los que era posible abonar en el momento, pero que sí se tornaban asequibles a través del crédito. Podemos decir que se manifiesta una relación entre la capacidad productiva creciente del capitalismo, y la necesidad de promover cambios en el modelo de consumo para poder absorberla, conduciendo al pasaje del consumo como práctica necesaria de la vida, al consumismo como eje de la experiencia social.

Resulta fundamental señalar la diferencia entre consumo y consumismo, en primer lugar, podemos decir que el consumo es un medio para la satisfacción de necesidades, accediendo a bienes y servicios a través del dinero u otros tipos de intercambios. Sin embargo, cuando hablamos de consumismo estamos dando cuenta de conductas en

⁵ Período que abarca desde la segunda posguerra a la denominada “crisis del petróleo” (1945-1973).

donde las adquisiciones se constituyen como un fin en sí mismo, configuradas ya no solamente a partir de necesidades, sino orientadas al cumplimiento de deseos, el alcance de valores dominantes, la identificación social, la insatisfacción perpetua, acortándose el tiempo que pasa entre un viejo y nuevo deseo (Bauman, 2007).

Podemos mencionar tres herramientas que se visibilizan al servicio de las sociedades de consumo, la primera de ellas es la publicidad, la cual asume un uso sobresaturado. La segunda, es el “engaño programado”, tratándose de la planificación predeterminada del fin de la vida útil de un producto. De esta manera, luego de un tiempo establecido en la fase de diseño y fabricación, el producto se torna inservible (Debord, 1967); y, por último, la “obsolescencia simbólica” que refiere a la caída en desuso de los objetos a la percepción de los usuarios (Fernández Miranda, 2015).

En el marco descripto, el consumismo será entendido como una problemática social porque propone la inclusión a través del consumo, un límite al que amplias mayorías no pueden acceder, impactando de manera negativa en otras problemáticas de exclusión social.

Por su parte en términos medioambientales los límites planetarios para soportar los niveles de consumo global se vienen poniendo de manifiesto. Los informes Wordwatch lo signan con claridad. La dependencia de los actuales estilos de vida de la extracción de recursos procedentes de la corteza terrestre muestra el lado físico del consumo. En relación al consumo mundial, entre 1950 y 2005 la extracción de metales se multiplicó por seis, la del petróleo por ocho y la del gas natural por catorce. El europeo medio consume hoy 43 kilos de recursos diarios, y el estadounidense medio 88 kilos, alrededor del 50% más que hace sólo 30 años (Naredo, 2006). Lo que se manifiesta es una cultura del derroche. En 2015 el mismo informe sostuvo que en Europa y Norteamérica se desperdician entre 91 y 115 kilos anuales de alimentos por persona, mientras que en el África subsahariana y en el Sur y Sudeste Asiático, este volumen se reduce entre 6 y 11 kilos por persona al año. Es preciso remarcar que exceso en torno al consumo no es una responsabilidad que le corresponda a todos los grupos sociales por igual, sino que esta le cabe especialmente a una fracción de la humanidad cuyos niveles de consumo son más elevados. En el informe de Worldwatch 2013, se indica que los 500 millones de personas más ricas del mundo (aproximadamente el 7% de la población mundial) son responsables del 50% de las emisiones mundiales de dióxido de carbono, mientras que los 3.000 millones más pobres sólo son responsables del 6%.

En base a los datos expuestos, podemos sostener que los impactos ambientales se imbrican con las cuestiones sociales, la cultura dominante considera al medio ambiente como “lo otro”, escindido de las personas que lo habitan, sin contemplar que lo ambiental repercute directamente en lo social. La propuesta es abordarlo de manera inter-vinculada, ya que limitar el consumo posee relaciones con la redefinición de las ideas de progreso y bienestar, la crisis ecológica global es a la vez una crisis social, tratándose entonces de una crisis ecosocial.

2. Cooperativismo, Economía Social y Solidaria y Sostenibilidad

2.1. ¿Qué es la sostenibilidad?

Cuando hablamos de sostenibilidad estamos haciendo referencia a la adecuación de las sociedades a la capacidad del planeta de proveer de recursos y de soportar las cargas contaminantes, a fines de satisfacer equitativamente las necesidades de las personas (Informe Brundtland, 1987). Es indispensable un concepto de desarrollo sostenible que contemple además la relación de las personas con la naturaleza, con los demás y con las generaciones venideras, un estilo de vida que ponga en su base la raíz ética de todo comportamiento, incluyendo la naturaleza (Gómez Heras, 1997).

A su vez, este concepto tiene tres dimensiones: la ambiental, entendida como la capacidad de mantener la calidad y la reproducción de los recursos naturales; otra económica, que es la posibilidad de generar ingresos y empleo para el sustento de la población; y otra social, que es la potencialidad de garantizar las condiciones para el bienestar humano. Estas tres partes no son iguales, ya que el sistema social dominante, especialmente el económico, se lleva adelante a costas del sistema ambiental.

Haciendo un poco de historia, el “desarrollo sostenible” surgió como alternativa ante un sistema económico basado en la maximización de la producción y del consumo. Este concepto hace su primera aparición en un documento oficial en el texto de acuerdo firmado por treinta y tres países africanos en 1969, bajo los auspicios de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. En 1972 el informe Meadows del Club de Roma sobre “Los límites del crecimiento”, inicia de algún modo el proceso de concienciación, al plantear límites al crecimiento económico. En 1987, el informe Brundtland “Nuestro futuro común” de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, definió el “desarrollo sostenible”.

Años más tarde, en 1992, en la Cumbre de la Tierra de Naciones Unidas en Río de Janeiro se elaboró la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, que establece a nivel mundial el desarrollo sostenible como guía para las políticas de desarrollo racional y regional, integrando desarrollo y medio ambiente. Como resultado de esta cumbre, se elaboró el documento “Agenda 21”, definiendo allí una estrategia a escala mundial, con eje en las relaciones Norte-Sur. En 2005 entró en rigor el Protocolo de Kyoto, ratificado por 55 países responsables del 55% de las emisiones planetarias, buscando la reducción de estas del 5,2% para el 2012 en relación a 1990, cifra que no responde a la gravedad del problema. En el 2010, Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) establece que: “la misión de la Comisión de cultura de CGLU para 2011-2013 es promover la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible a través de la difusión internacional y la implementación local de la Agenda 21 de la cultura”. En 2015 la cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible con sede en la ONU, se ratificaron los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Agenda 2030, en 2017 se presentó un informe sobre el progreso en la implementación de ese plan de desarrollo global; destacando que el avance ha sido insuficiente y desigual⁶.

⁶ <http://www.onu.org.ar/agenda-post-2015/>

A modo de balance, si bien las cumbres y encuentros internacionales realizan declaraciones de intenciones y un señalamiento de las problemáticas, al momento no se han manifestado cambios sustanciales en las prácticas de los agentes más relevantes. Un ejemplo lo manifiesta la salida de Estados Unidos en 2017 del Acuerdo de París, que establece medidas sobre las emisiones de Gases de Efecto Invernadero para luchar en contra del calentamiento global.

2.2 ¿Por qué la sostenibilidad forma parte del cooperativismo?

El cooperativismo como sistema de organización social, política y económica, se plantea como alternativa al sistema capitalista. Tanto en sus orígenes, como en la actualidad se erige como una forma de organización para el desarrollo en diferentes áreas de la vida.

Por su parte, el capitalismo no solo como sistema económico, sino también social y cultural, propicia atributos como la maximización del beneficio personal desentendido del bienestar colectivo, la competitividad, el consumismo, la obsesión por el crecimiento y la velocidad, la irresponsabilidad por las consecuencias de los actos, entre otros. Bajo criterios como los enunciados, la insostenibilidad es parte del capitalismo, en términos de Fernández Durán (2011) es un sistema que vive por encima de sus posibilidades, en tanto es suicida condenado a muerte por sus propias lógicas de acumulación y de expansión. Las soluciones que desde esa doctrina se han lanzado, como los acuerdos mencionados, no han logrado cambios sustanciales. Por su parte, las empresas capitalistas transnacionales a través de la Responsabilidad Social Corporativa enuncian un compromiso con la sostenibilidad, sin embargo, las acciones emprendidas se presentan como lavados de imagen, que lejos están de tener exigencia jurídica y de proponer una transformación empresarial (Hernández y Ramiro, 2009).

Podemos decir entonces, que, si las opciones que vienen pronunciándose desde la cultura dominante son insuficientes, pregonan principios y voluntades engañosas, la salida sostenible no será por esa vía. Desde la Economía Social y Solidaria, como sistema alternativo, dentro del cual podemos ubicar al cooperativismo, y que coloca en el centro a los seres humanos y al desarrollo de sus capacidades, sí tenemos posibilidades de lograr un desarrollo sostenible. Por su parte el séptimo principio cooperativo de compromiso con la comunidad enuncia que: “La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros”.

Entre los elementos que podemos mencionar como fundamentales a la hora de entender que la sostenibilidad debe formar parte de los discursos y las prácticas cooperativas, es que son empresas gestionados por sus socios y socias, en las que estas personas son quienes tienen poder de decisión, y por lo tanto pueden transformar acciones en dirección a la construcción de sostenibilidad. Si pensamos en los valores en los que se basan las cooperativas (ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad), y entendemos que lo social y lo medio ambiental están mutuamente determinados, podemos sostener que la expresión de esos valores se debe manifestar tanto en el medio ambiente como con las personas con las que se interactúa.

Otro aspecto a destacar es la responsabilidad por las generaciones futuras que requieren del compromiso de las actuales para lograr el desarrollo de sus vidas. El cooperativismo no puede mantenerse aislado de estas cuestiones, sino que debe ser capaz de innovar, demostrándose y poniendo en acción planificaciones estratégicas con lógicas responsables, marcando una vez más sus antagonismos con el capitalismo.

2.3 La sostenibilidad en las prácticas de producción y consumo

Hay muchas experiencias que dan cuenta de cómo la sostenibilidad y el cooperativismo son caminos hermanados. Es el caso de las numerosas cooperativas de recicladores urbanos en la Argentina, las cooperativas que se dedican a la comercialización de alimentos promoviendo un consumo transformador, las múltiples experiencias de cooperativas que elaboran alimentos agroecológicos, las ferias en las que se promueve el consumo y la producción local, las experiencias de la Agricultura Familiar que producen bajo los principios de la agroecología y otras que están en procesos de transición hacia esta, promoviendo la Soberanía Alimentaria.

Desde las cooperativas es posible impulsar el uso de los recursos locales y de temporada, reutilizar residuos de otros procesos productivos, hacer uso responsable de los desechos, reducir el uso de energía, minimizar el empaquetamiento de los productos, promover el consumo entre cooperativas, entre otras medidas en pos de la sostenibilidad.

Por otra parte, el consumo es el momento que tracciona el sistema productivo, desde el cooperativismo, como se mencionó, existen numerosas propuestas que buscan acercar productos cooperativos a consumidoras/es en las ciudades, estas organizaciones promueven a su vez la agroecología, el conocimiento y difusión de las personas productoras. Desde el cooperativismo se están impulsando muchas acciones en esta línea que es necesario difundir, apoyar y replicar, en aras de un consumo políticamente implicado y que con sus acciones transforme realidades. Estas acciones se basan en la reflexión sobre los modos de vida, de compra, de uso, de descarte; como también el cuestionamiento a los valores que legitiman el sistema dominante. Las propuestas en el marco de un consumo crítico suponen tener en cuenta el ciclo de vida de los productos (desde la extracción hasta el uso de los desechos), las personas y el uso del medio ambiente que está por detrás de las cosas.

A su vez todas estas luchas no pueden estar alejadas de una perspectiva de género que atraviese las prácticas, porque la sostenibilidad persigue como dijimos el bienestar humano, el cual no será posible de alcanzar si no se propician acciones que busquen la equidad entre los géneros, recuperando asimismo las historias y los conocimientos de las mujeres, que tal como menciona Pascual Rodríguez (2009) se han visto muchas de ellas obligadas a ser las principales responsables de sus hijas e hijos, y por lo tanto han sido capaces de proveer el futuro y mantener el abastecimiento a las familias, desarrollando capacidades de sobrevivencia que la cultura masculina ha despreciado.

Podemos decir que estas transformaciones en las prácticas cotidianas y en las acciones estratégicas si bien requieren de cambios de hábitos individuales, sólo serán soluciones eficaces si se enmarcan en procesos colectivos con fines políticos. En este punto el

movimiento cooperativo propicia un encuadre pertinente para el desarrollo y construcción de planes estratégicos hacia la sostenibilidad.

3. La sostenibilidad en las prácticas y los discursos del cooperativismo

Tomando como partida los puntos mencionados, el cooperativismo y el concepto de sostenibilidad poseen claros sitios de encuentro. Se disponen de antecedentes precisos, discursos y estudios en esa línea. Para el año 2014, el lema para el día internacional de las cooperativas fue: “Las empresas cooperativas logran el desarrollo sostenible para todos”; por su parte uno de los objetivos del Plan para una Década Cooperativa es “posicionar las cooperativas como creadoras de sostenibilidad”⁷.

Asimismo, en una investigación realizada por la ACI y Sustainability Solutions (2013) se estudió la relación entre las cooperativas y la sostenibilidad. Para ello se realizaron distintas muestras y analizaron los discursos, llevando a cabo un cruce entre palabras claves de los principios cooperativos y la literatura en torno a la sostenibilidad; además se analizaron los discursos cooperativos a través de diferentes sitios webs, hallando importantes coincidencias. Según la investigación hay una fuerte representación de las dimensiones sociales de la sostenibilidad en las cooperativas, sin embargo, las dimensiones económicas y ambientales están un poco débiles.

Bajo este marco cabe interrogarnos sobre las deudas pendientes para ser consecuentes entre los discursos y las prácticas de los principios de la sostenibilidad en sus tres dimensiones. Si bien como se mencionó en el apartado anterior, existen interesantes experiencias que desde el cooperativismo están llevando a cabo prácticas sostenibles, aún hay otras en las que podrían planificarse y desarrollarse. Entre algunos factores explicativos que pueden ayudarnos a comprender el porqué de esta deuda, podemos mencionar por ejemplo algunas postergaciones por tener que atender demandas de urgencia vinculadas a contextos sociales, políticos y económicos apremiantes, que impliquen que trabajadores y trabajadoras deban destinar tiempo y energía a garantizar el sostenimiento económico y financiero de sus cooperativas. Muchas veces las cooperativas atraviesan contextos acuciantes, relacionados con no contar con diversos recursos acordes a sus necesidades, esto puede deberse a que son empresas que surgen con una desventaja en relación a las empresas capitalistas, y es que no suelen disponer de las inversiones suficientes, aspectos que van superando a partir del aporte de trabajo, lo cual demanda una inversión a mediano plazo. La inmediatez de muchas cuestiones que no permiten posponer su atención para el sostenimiento de las empresas implica en muchos casos no disponer de los recursos humanos, económicos y financieros para avanzar en planificaciones estratégicas en pos de la transformación de prácticas en camino a la sostenibilidad.

Otras veces la competencia en el mercado es difícil para las cooperativas, encontrándose con grandes empresas corporativas en los mismos sectores que poseen costos bajísimos, por lo que se ven tensionadas para reducir los propios, lo cual puede impactar en

⁷ Artículo “Las empresas cooperativas logran el desarrollo sostenible para todos”, 28 de marzo de 2014. Disponible en: <https://ica.coop/es/media/news/las-empresas-cooperativas-logran-el-desarrollo-sostenible-para-todos>

prácticas que no construyan sostenibilidad. A su vez, las políticas públicas no se posicionan con acompañamientos para la conversión de modelos productivos.

Los mencionados son algunos aspectos que pueden estar influyendo en las cooperativas a la hora de hacer sus prácticas más sostenibles, demorando esos procesos. Sin embargo, el marco de valores y principios se encuentra en sintonía con los postulados de la sostenibilidad, siendo este un interesante aliciente para que el cooperativismo se desarrolle como un movimiento ejemplificador en el camino hacia la sostenibilidad.

4. Interrogantes para el debate en torno a la sostenibilidad en la producción y el consumo

En base a lo expuesto, podemos decir que es menester difundir la necesidad de realizar intervenciones, reforzar la responsabilidad y el compromiso ciudadano en la construcción de prácticas sostenibles, no sólo porque se ha tocado el techo de los consumos de materiales y energía, sino porque se ha sobrepasado la bio-capacidad planetaria, en un contexto de enormes desigualdades.

Desde el cooperativismo como se sostuvo, existe una consonancia con los principios de la sostenibilidad. A fines de promover el debate en el sector, es que se disponen algunos interrogantes a modo de disparadores que contribuyan a la reflexión crítica, teniendo como horizonte la transformación.

En la producción:

- ¿Se ha realizado alguna transformación en las prácticas de producción? ¿Cuáles?
- ¿Cómo valoramos los avances en materia de una producción más sostenible en el cooperativismo?
- ¿Cuáles son las principales limitaciones o condicionantes para desarrollar prácticas más sostenibles?
- ¿Se promueven o podrían promoverse transformaciones en los diferentes sectores?
- ¿Qué tan pertinentes son en las realidades concretas los discursos sobre la sostenibilidad?
- ¿Cómo interpela a productores y productoras de diversas ramas la sostenibilidad?
- ¿Existen contradicciones en las prácticas de producción del cooperativismo y la sostenibilidad?
- ¿Se podrían diseñar lineamientos estratégicos para la transformación de prácticas productivas?
- ¿Cómo inciden las políticas públicas en la sostenibilidad de la producción?
- ¿Cuáles serían los principales retos para avanzar hacia una producción cooperativa más sostenible?
- ¿Se podría crear desde la ACI una propuesta marco para un camino hacia la sostenibilidad?

En el consumo:

- ¿Cuáles son los principales desafíos desde el cooperativismo en la interpelación a consumidores y consumidoras para desarrollar prácticas sostenibles?
- ¿Cómo podría contribuirse desde el sector para la transformación hacia un consumo sostenible?
- ¿Qué nos dicen a la hora de consumir los lineamientos de la sostenibilidad?
- ¿Podrían diseñarse y acordarse pautas y principios a impulsar desde el movimiento cooperativo?
- ¿De qué agentes se requeriría para avanzar en la promoción de un consumo comprometido con la sostenibilidad?
- ¿Qué estrategias se podrían proponer a las organizaciones en este camino?

BIBLIOGRAFÍA:

- Aguirre, P. (2015) “La situación argentina”. En Aguirre P., Díaz Córdova, D. y Polischer, G. Cocinar y Comer en Argentina HOY. FUND ASAP Fundación Essen, Buenos Aires.
- Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Brudtland, G. H. (1987). Nuestro futuro común, WCED.
- Debord, G. (1967). La sociedad del espectáculo. Anagrama, Madrid.
- Estévez Araújo, J. A. (2012). “La red global del control corporativo”, Madrid. Disponible en: <http://albasud.org/noticia/es/361/la-red-global-de-control-corporativo>
- Fernández Durán, R. (2011), La quiebra del capitalismo global 2000-2030, Ecologistas en Acción, Madrid.
- Fernández Miranda, R. (2015) “Interpelar la ideología del consumismo. Reflexiones sobre consumismo, publicidad y los retos de la Economía Social y Solidaria”. Revista Idelcoop, N° 216, julio, Buenos Aires.
- -Fritscher Mundt, M. (2002). “Globalización y alimentos: tendencias y contradicciones”. Política y Cultura, núm. 18, pp. 61-82. Departamento de Política y Cultura de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.
- Garcés Prieto, J. (1999). La adicción al consumo. Autocontrol y responsabilidad en la compra y en el gasto. Albacete: Unión de Consumidores, Castilla la Mancha.
- Gomez Heras, J. M. (1997). Ética del medio ambiente, Tecnos. Madrid.
- González Reyes, L. (2011). Sostenibilidad ambiental: un bien público global.
- Transitando por una crisis sistémica basada en los límites ambientales. Iepala, Madrid.
- Gorban, M. K. (2015) “Hablemos de Soberanía Alimentaria”. Cuadernos de la Sob. Alimentaria N° 1. 1ª Ed. Cát. Libre de Soberanía Alimentaria. Escuela de Nutrición. UB A-MONADANOMADA, Buenos Aires.
- Hernández, J. y Ramiro, P. (eds.) (2009). El negocio de la responsabilidad. Icaria, Madrid.
- Hobsbawm, E. (1995) La Historia del Siglo XX. Crítica, Barcelona.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), (2016). “Encuesta Nacional a Grandes Empresas 2016. Resultados para el período 2012-2016”. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=3&id_tema_2=4&id_tema_3=50
- Martínez, M. E. (2007). “Energía + Medioambiente + Alimentos. Un humilde llamado de atención”. Ministerio de Economía y Producción. Secretaria de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, Buenos Aires. Disponible en: <https://www.biodiesel.com.ar/download/energiamedioambientealimentos.pdf>

- Naredo, J. M. (2006). Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Siglo XXI, Madrid.
- Otonín Barrera, F. (2005). “La ordenación de los establecimientos comerciales. Especial referencia a las licencias comerciales”. La Ley, Buenos Aires.
- Pascual Rodríguez, M. (2009). “Las mujeres, protagonistas de la sostenibilidad”, en Claves del Ecologismo Social. Ecologistas en Acción, Libros en Acción, Madrid.
- Santellán, M. (2011). “Informe Relevamiento sobre Supermercados en la Argentina”. Federación Argentina de Empleados de Comercios y Servicios. Secretaría de Estudios y Estadísticas. CABA, en http://www.faecys.org.ar/Informe_Supermercados.pdf- acceso 10 de octubre de 2016.
- Sustainability Solutions, Community Research Connections y Alianza Cooperativa Internacional (2013). “Cooperativas y sostenibilidad. Una investigación sobre su relación”. Disponible en: https://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/sustainability_scan_es.pdf
- Teubal, M. (2006). “Soja transgénica y crisis del modelo agroalimentario argentino”. Realidad Económica 196, IADE, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.iade.org.ar/noticias/soja-transgenica-y-crisis-del-modelo-agroalimentario-argentino>
- Wordwatch (2013) “La situación del mundo 2013. ¿Es aún posible lograr la sostenibilidad?”. Icaria, Barcelona.