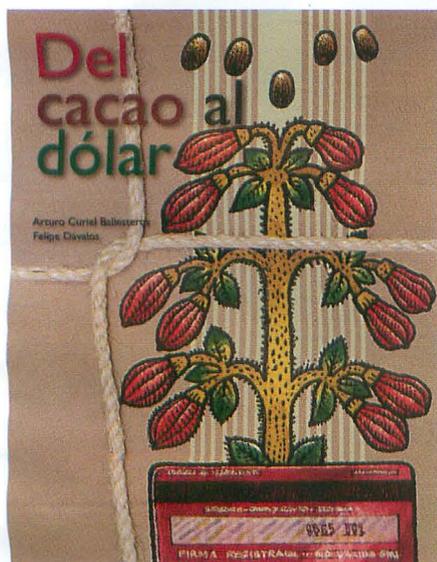


Arturo Curiel Ballesteros

Fundador de la Red de Comunicación y Divulgación de la Ciencia de la Universidad de Guadalajara. Presidente para Mesoamérica de la Comisión de Educación y Comunicación de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. Director del Instituto de Medio Ambiente y Comunidades Humanas de la Universidad de Guadalajara. Profesor Investigador Titular de la Universidad de Guadalajara en Salud Ambiental y Desarrollo Sustentable. Fundador de la Maestría en Educación Ambiental de la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, México. Doctorado en Ciencias Biológicas por la Universidad Autónoma de Madrid

Del cacao al dólar: las externalidades positivas del comercio

Arturo Curiel Ballesteros
 Ilus. de Felipe Dávalos
Del cacao al dólar
 México: Petra, 2007



Un día, Peggy Espinoza (una empresaria singular que asumió la misión de poner la ciencia y el arte a disposición de todos a partir de publicaciones para primeros lectores) me comentó que el Consulado General de los Estados Unidos de América en Guadalajara estaba interesado en elaborar un libro para niños que ayudara a visualizar las ventajas del comercio en América del Norte para que se aprovecharan los tratados internacionales realizados al respecto.

La sugerencia original era que presentásemos la oportunidad que tenemos los mexicanos para exportar lo que se produce en nuestro territorio (como alimentos y materias primas). En principio, esta idea me pareció rígida y limitada.

En las exportaciones no siempre se valoran la creatividad y esfuerzo de las personas ni la cantidad de recursos consumidos en su producción (agua, luz de sol, nutrientes, tiempo y energía humana). Más bien corresponde a una fórmula que responde a las demandas específicas del comprador a granel y que hace permanente una división geográfica del mundo, en norte-sur o en centro-periferia, con frecuencia inequitativa.

Ante el reto que este trabajo representaba, propuse una alternativa: un libro que llevara a los niños a valorar lo que es el comercio. No me refiero a aquella concepción del comercio que tiene que ver con el

consumo despiadado y con la subordinación del productor al comprador, sino a esa forma de entender el comercio que nos da la posibilidad de vivir con mayor bienestar, que retribuye los beneficios de la imaginación, la innovación y la calidad sin degradar ni causar sufrimiento a los recursos humanos y naturales. La propuesta fue aprobada por el Consulado y de ahí surgió la publicación: *Del cacao al dólar*.

El punto de partida

El primer pensamiento que quise transmitir fue que el comercio ha sido una generosa invención humana. Recordé un significado que llegó para incubarse en mi intelecto y emoción cuando egresé de la universidad. En ese entonces reconocí y agradecí el haber tenido la posibilidad de dedicarme a estudiar gracias a que agricultores, ganaderos y empresarios, entre otros, trabajaron para producir los alimentos. Alimentos que mi madre pudo adquirir en el mercado a través del comercio para que yo tuviera resuelta la primera necesidad de todo ser vivo: alimentarse. Y así, una vez cubierta mi necesidad, yo pudiera dedicar mi tiempo a cultivar mi conocimiento y a recolectar ideas.

En otras palabras, tuve tiempo para imaginar, pensar, investigar y reflexionar gracias a tener garantizado mi alimento y

al no tener que preocuparme por conseguirlo. De esta manera, tomé consciencia de una forma cotidiana del gran salto que representó para la humanidad la agricultura, la domesticación y el conocimiento tradicional contenido en las semillas cultivadas.

Un enfoque valorativo

El objetivo fue entonces, elaborar un libro de comercio inspirado en la educación en valores, integrado al proceso de enseñanza formal, que resaltara la búsqueda y el descubrimiento de la validez objetiva inherente a la realidad de los seres humanos y al sentido de su vida, de sus acciones y de su historia.

El comercio así concebido contiene valores sociales como la participación y la libertad, valores intelectuales como la creatividad y valores morales como la solidaridad.

El comercio es *libertad*, al dar la posibilidad que la naturaleza humana trascienda más allá de lo terrestre, resolviendo las necesidades básicas de cualquier organismo y poder retroalimentar el cuerpo y el alma.

El comercio también es *participación* y *cooperación* de una comunidad que está dispuesta a comprar, vender o intercambiar no sólo objetos sino también productos creados con ideas, innovaciones y emociones para resolver necesidades humanas.

El comercio ha impulsado de igual manera la propiedad intelectual, quizás en un inicio relacionado con indicaciones geográficas al preferir productos de una región específica con una tecnología local específica que permite obtener y diferenciar productos que son elegidos de entre otras ofertas. Las marcas después dieron la posibilidad de producir ya no a granel, sino con identidad. Estas formas de propiedad intelectual pueden ser transmitidas a todo público y entenderse como oportunidades en el comercio.

Hay otras prácticas que exigen más para su comprensión, como son las patentes o formas de propiedad intelectual más complicadas y elaboradas. Aunque se optó por no incluirlas en el libro, sí resaltamos que en la actualidad el comercio es de objetos y propiedad intelectual y que eso es una oportunidad de compartir y valorar la *creatividad*.

El último valor que vinculé al comercio, fue el de la *solidaridad*. Rescatamos la idea de que el comercio y la propiedad in-

telectual han tenido como prioridad el satisfacer necesidades humanas.

Si bien es cierto que se comercian armas y tecnologías diseñadas con la racionalidad de explotar y dominar (sin importar la muerte y degradación de seres humanos y naturaleza), es ahora necesario desarrollar y comercializar tecnologías pensadas bajo la racionalidad de producir bienestar, de restaurar lo dañado, que además reduzcan la vulnerabilidad y sean más equitativas para, de esta forma, ser solidarios con las generaciones presentes y futuras.

Escribir este libro fue como caminar por un filo sin ignorar la gran inequidad que representa la pobreza. En él hacemos un llamado para reconocer que imaginar, crear e innovar es un derecho humano y una posibilidad de ser felices y hacer felices a otros.

Una concepción interpretativa

Trabajamos desde un paradigma interpretativo. Por eso se eligió la historia que presenta cómo el comercio ha tenido diversas expresiones: desde la liberadora (al resolver las necesidades básicas) a la de ser un espacio para opciones diversas de intercambio que brinda la posibilidad de encontrar lo mejor de la creatividad, manifiesta en expresiones artísticas y tecnológicas.

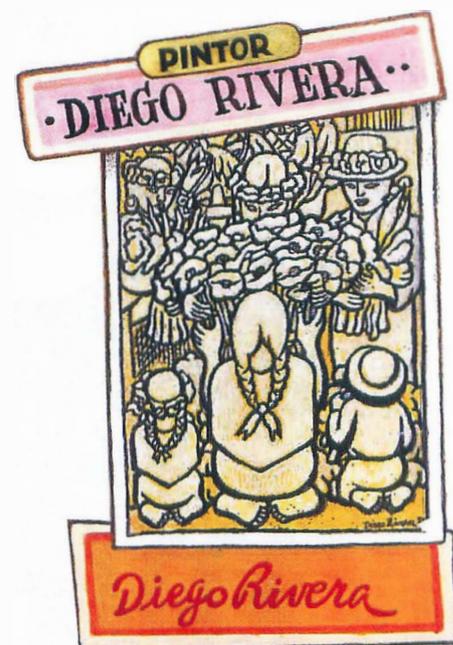
El nombre del libro *Del cacao al dólar*, marca un período histórico del comercio en referencia a dos valores de cambio y dos cosmovisiones. La semilla del cacao como "moneda" simboliza el valor de la biodiversidad apropiada por los seres humanos y encarna un vínculo entre cultura y naturaleza. La semilla del cacao sirve de alimento pero también es identidad de un territorio, brinda múltiples sensaciones de disfrute y aún hoy tanto el cacao como el chocolate siguen siendo un alimento y un regalo.

También se utilizaban minerales como moneda. En la antigua Roma, por ejemplo, se empleaba la sal como forma de pago (de ahí viene la palabra salario). En las culturas del nuevo continente la sal era objeto de luchas e invasiones por ser un conservador y condimento de alimentos.

En la actualidad el espacio para el comercio no se restringe a una vez a la semana y a un lugar específico. Ahora, y en todas partes del mundo, hay mercados permanentes a los que uno puede acceder desde Internet. Empleamos fondos trans-

feribles en dólares desde un trozo de plástico que contiene información sobre el dinero que contamos para realizar transacciones comerciales.

Hemos pasado de lo simbólico a lo práctico. La semilla era un símbolo de vida y cultura; la tarjeta de crédito es un plástico que puede contener grandes cantidades de dinero que podemos destinar de forma práctica.



El cambio requerido

Finalmente comparto un hecho que acompañó la elaboración del texto. Parte de la impresión que me ocasionó los resultados de una investigación sobre los valores que se consideran importantes en Jalisco, territorio donde vivo. Al inicio de este siglo XXI, se identificó como principal valor a la familia –lo que me parece que está bien–. Pero el valor estimado como el menos importante fue la imaginación. Eso me hizo reflexionar.

Se requiere un *cambio*, *tenemos* que transmitir a los niños la confianza en imaginar y crear futuros diferentes a los de la degradación y la miseria. Si no imaginamos un mundo mejor, jamás tendrá la oportunidad de existir. Como seres humanos, no importa donde habitemos, tenemos la posibilidad de crear e imaginar y, con ello, emprender un comercio donde nuestra mejor contribución sea la innovación. ◀▶

EL TRUEQUE DE PRODUCTOS REGIONALES CON CACAO Y SAL

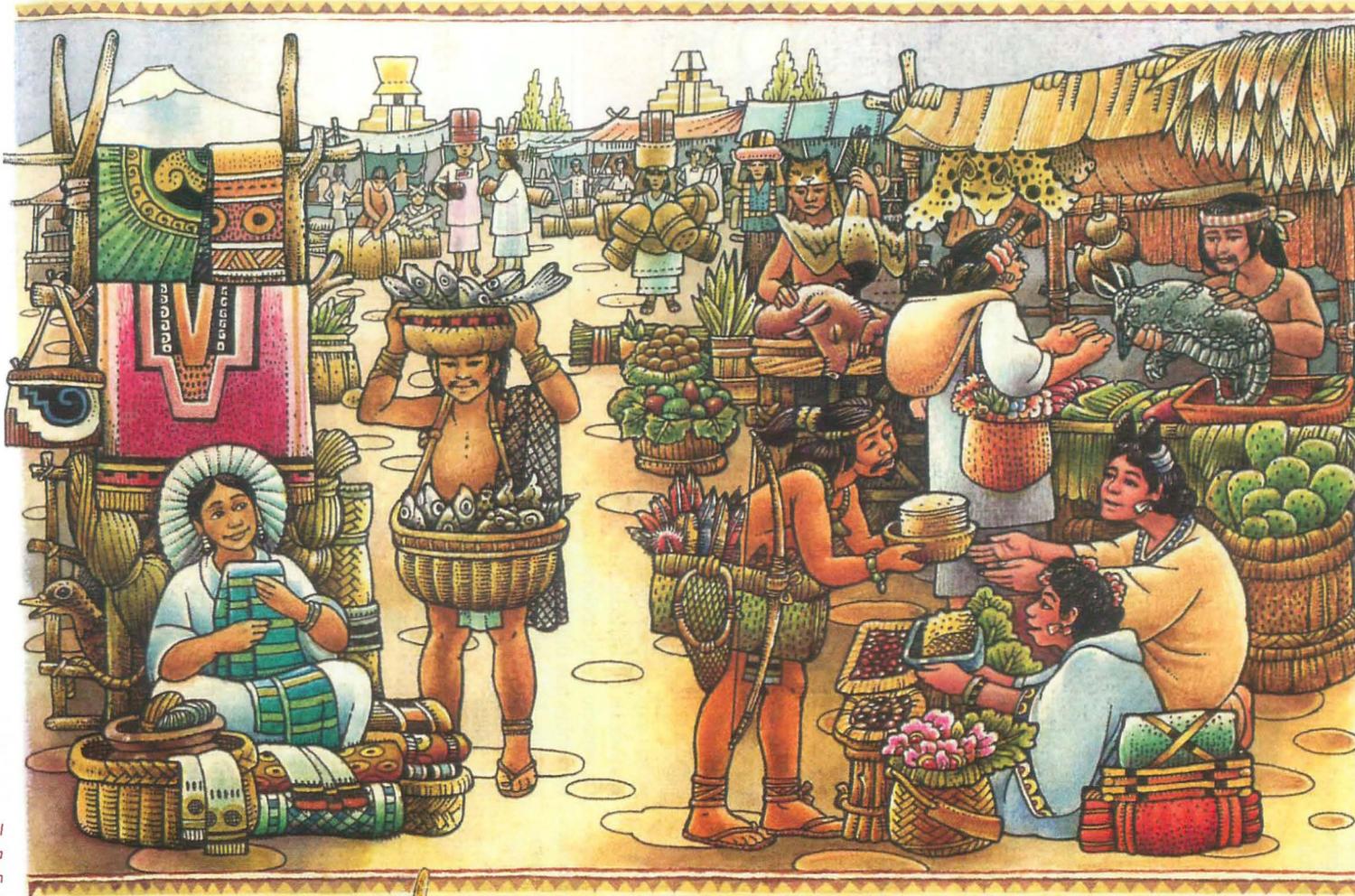
El tianguis mesoamericano

Hace 600 años los cazadores llevaban pieles, plumas y carne, que intercambiaban por tamales, atole, chocolate, algodón o tejidos.

Algunas personas dominaban la metalurgia y llevaban minerales y hacían cambalache con algún utensilio, desde un metate hasta un equipal o una hamaca.

Se celebraba un día a la semana y el principal tianguis de Tlatelolco reunía hasta 60 mil personas.

Tianguis es una palabra náhuatl que se utilizaba también para nombrar la constelación celeste de Pléyades



herramientas hechas de roca de obsidiana



equipal, mueble tradicional



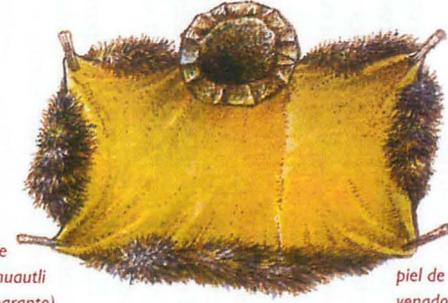
metate de roca de andesita



tamales de maíz



atole de huautli (amaranto)



piel de venado



sal de mar



tejido de algodón

