

Enquadramento das iniciativas e projectos já realizados e em curso pela Mó de Vida

A Mó de Vida é uma cooperativa de consumidores fundada em Abril de 2002 que tem como objecto principal o Comércio Justo e Solidário e o Turismo Ético e Responsável. Temos o estatuto de ONGD (Organização Não Governamental de Desenvolvimento).

Entendendo a nossa acção como a de formar consumidores críticos, a Mó de Vida participa neste momento em alguns projectos tais como:

“Anauá – a outra margem do Comércio Justo” em consórcio com uma ONG de Lisboa, o Instituto Marquês de Valle Flor/IMVF. Este projecto em curso no concelho de Almada tem como objectivos principais a sensibilização e criação de actores críticos em relação ao consumo, difundindo os princípios da soberania alimentar e da economia solidária.

“Interdependência Norte/Sul- clubes de Comércio Justo” – em parceria com Cidac, IMVF e participação de outras organizações de Comércio Justo. Tem como objectivo a criação de clubes de consumo responsável nas escolas. Trabalhamos em escolas do concelho de Almada e Seixal.

“Turismo Ético em Tutuala – Timor-leste” – Fazemos a acessoria técnica em turismo para um projecto que está a ser desenvolvido na ponta leste de Timor, promovido pelo IMVF e Cidac.

Enquadramento desta mesa redonda

Por que é que uma organização de Comércio Justo está a promover uma mesa redonda sobre as hortas urbanas quando a visão hegemónica do CJ centra-se exclusivamente na criação de circuitos de comercialização dos produtos do sul do globo (África, América Latina e Sudeste Asiático) tentando aliviar os efeitos da pobreza nestes produtores?

Porque defendemos outra visão e práticas. Integramos uma rede, “Espaço por um Comércio Justo”, maioritariamente composta por organizações de Espanha mas que já se vai alargando a França e Itália no que toca à partilha de ideias.

Entendemos que o Comércio Internacional não deve ser o motor de desenvolvimento das comunidades mesmo que Justo. Entendemos que a produção de alimentos deve ter como primeiro objectivo o abastecimento dos mercados locais e regionais e só depois, se houver excedentes, se deve pensar na exportação. Ou seja, lutar pela soberania alimentar dos povos.

Esta produção deve estar centrada na agricultura familiar e não na produção intensiva pois, assim, torna-se um factor importante para o desenvolvimento endógeno das comunidades onde se localiza.

Por outro lado como organização de consumidores que somos, queremos ser consumidores activos e críticos. Isto só se atinge através de cadeias absolutamente transparentes que vão dos produtores aos consumidores e não é compatível com a comercialização através da Grande Distribuição Alimentar.

Os circuitos curtos e a agricultura de responsabilidade partilhada são formas importantes na prossecução destes objectivos pois oferecem-nos as

ferramentas necessárias para sermos consumidores activos, críticos e cidadãos por inteiro.

A transparência que buscamos é impossível de ser atingida com a grande distribuição alimentar. Nesta, nunca saberemos quem e em que condições ambientais e sociais se produzem os alimentos.

Além disso, a grande distribuição, do ponto de vista social tem sido profundamente nefasta não só para os produtores como também para o entorno onde se implanta.

O poder da Grande Distribuição

Os dados indicam-nos que, cada vez mais, as compras de alimentos por parte do consumidor final concentram-se e organizam-se em torno da GDA. A GDA está a tornar-se a única porta de acesso do consumidor aos alimentos e na única porta dos produtores ao consumidor. A cadeia alimentar tem actualmente o grau de controlo e poder mais importante neste elo final. Este facto está a implicar importantes impactos em toda a cadeia agro-alimentar.

Na Europa, a quota de mercado das dez maiores empresas multinacionais de distribuição, situada agora em mais de 45%, mais que duplicou desde 1987 até à actualidade, e prognostica-se para os próximos dez a quinze anos um grau de concentração de 70-75% da quota de mercado do sector em toda a Europa.

Situação portuguesa (1)

1) Em 2004 existiam cerca de 2 milhões de m² de grandes superfícies e lojas de grandes cadeias, estando suspensas novas autorizações nos últimos 3 anos.

Nesse mesmo ano, em 30 de Março, foi aprovada por proposta do Ministro Carlos Tavares uma nova lei de licenciamento (Lei 12/2004).

2) As consequências da Lei foram brutais. Até Dezembro de 2007 (em dois anos e meio) foram aprovados 1 800 000 m² (grande parte ainda não abriram) e estão neste momento pedidos para aprovação 3 200 000 m².

Desapareceram pelo menos 20 000 estabelecimentos e desde 2005 a população activa do comércio reduziu-se em cerca de 50 000 pessoas.

Aumentando-se o ritmo de aprovações haverá a acrescentar nos próximos 3 ou 4 anos uma perda de mais 100 000, postos de trabalho entre comerciantes e empregados. Em média por cada posto de trabalho criado em grandes superfícies perdem-se 4.

3) A título de exemplo comparando com outros países europeus há a referir que em Portugal 5 distritos já ultrapassaram a média europeia e existem concelhos com 500% dessa média. Se a maioria do que está pedido for aceite Portugal será líder em m² por habitante apesar de estar num período de estagnação e ter apenas 68% do rendimento médio europeu.

No que se refere à abertura ao Domingo apenas 3 países não têm restrições (Irlanda, Inglaterra e Suécia) e na maioria está todo o comércio fechado ou existe a possibilidade apenas para lojas abaixo de 500/300 m² como em Espanha. O número de horas

média de abertura semanal do comércio é de 72 horas por semana e em Portugal de 84.

Um outro exemplo é que a Espanha, um dos países com menor concentração (8 operadores fazem 60% do mercado) tem dos preços mais baixos da Europa. Em Portugal a consequência do excesso de aberturas vai provocar um aumento de concentração. Neste momento 4 operadores fazem quase 70% e poderão reduzir-se a 3.

O comércio independente tem uma quota de mercado de 12/13% em Portugal, e ao ritmo actual de aberturas cairá em 3 a 4 anos para 6/7%. Na Europa a média é de 16%, em Espanha de 20%, estabilizado, e em Itália mais de 30%

Os grupos empresariais de distribuição representam o ponto final da cadeia alimentar, a janela final e visível para os consumidores. Mas trata-se somente da montra final da cadeia alimentar e, sem dúvida, a actual “revolução do supermercado” tem efeitos nefastos sobre todos os elos da cadeia desde os produtores de alimentos que vêm limitada a sua capacidade de venda (a quem vendem e por quanto) até aos consumidores que, imersos num consumismo baseado em falsos mitos, actuamos como sujeitos de modelos alimentares injustos e insustentáveis, para nós próprios e para as outras regiões. Modelos esses que só aportam benefícios a estes agentes económicos. Actualmente a GDA concentra 60% do valor de benefício monetário que gera toda a cadeia agro-alimentar.

Os efeitos da GDA em toda a cadeia

Sobre o consumidor

As Grandes Cadeias de Distribuição, por trás de uma aparente variedade de produtos, provocam uma tremenda redução da diversidade na que se baseia a nossa alimentação. A Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO) afirma que 95 % da actual alimentação humana provem unicamente de 19 cultivos e de 8 espécies animais. A perda da biodiversidade tem, entre outros, um efeito de empobrecimento dos elementos básicos da nossa dieta.

A miragem da variedade procura-se acrescentando aditivos a uma comida industrializada. Na Europa consomem-se a cada ano 170.000 toneladas de aromas industriais. O seu número supera os 3.800 a maioria dos quais não tem nenhum componente nutritivo e comportam mesmo riscos para a saúde.

Para os, aparentemente, produtos frescos, os critérios de longa conservação, de maturação controlada artificialmente, a possibilidade de conseguir grandes produções a um custo mínimo e o seu aspecto exterior são as características dominantes na hora de escolher uma variedade ou outra. Tudo isto faz-se a custo de hiper valorizar, quando não prejudicar, as características nutritivas dos alimentos. A saúde e riqueza nutritiva que se retirou aos produtos naturais pretendem ser substituídas com produtos desenhados com matérias-primas de baixo custo à qual se acrescentam todo tipo de aditivos artificiais (vitaminas, omegas 3...) ressaltados com grandes campanhas publicitárias que em muitos casos são claramente enganosas.

O consumidor responsável que quer conhecer quem, como e onde se produziram os alimentos depara com um muro onde uma aparente linearidade esconde a origem dos produtos e das transformações que sofreram. A opacidade do percurso dos produtos é indispensável para uma grande indústria que dificilmente poderia dar-lhe uma explicação sensata. Um consumo de proximidade, com o mínimo de embalagens, respeitoso com o meio ambiente, equitativo e justo com os produtores é impossível de encontrar nas gôndolas das grandes cadeias alimentares. Para criar uma ilusão das suas inquietações sociais e ambientais promovem fundações dedicando uma ínfima parte dos seus benefícios a acções caritativas ou colocam uma reduzidíssima parte de produtos que chamam ecológicos ou justos para ocultar as suas práticas socialmente injustas e ambientalmente insustentáveis. Muitas vezes dedicam mais recursos a publicitar as suas maquilhagens de imagem do que nas próprias acções que publicitam.

A GDA não está ao serviço do consumidor mas sim torna vulneráveis os seus direitos e altera os seus hábitos de consumo em função dos seus interesses financeiros de máxima e rápida rentabilidade.

Sobre o produtor

A GDA é o agente responsável pelo desaparecimento de um mundo rural vivo, baseado em explorações familiares e em produções sustentáveis, e sua substituição por produções industrializadas, de grande escala e altamente poluentes.

A GDA é altamente selectiva na eleição dos seus fornecedores e entre eles não se encontram as produções familiares, sustentáveis e diversas. Opta, sim, por uma agricultura, pecuária e pesca industriais, não sustentáveis e onde não resta espaço para os camponeses. As suas exigências referentes ao tipo, quantidade e características dos alimentos que oferecem ao consumidor, aos preços, contratos ou pagamentos, por exemplo, expulsam o camponês familiar deste canal de comercialização que se está a tornar cada vez mais, no único canal existente. A GDA incide particularmente no preço admitido pelo camponês.

O diferencial de preços, entre o que é pago ao camponês e o de venda ao consumidor, é escandaloso e claramente denunciável, sendo uma das grandes forças que está a provocar o abandono camponês, ao obrigá-lo a produzir abaixo dos custos. Na Europa a cada três minutos desaparece uma exploração camponesa.

Um mundo rural vivo, com camponeses vivendo do seu trabalho, produzindo alimentos saudáveis, nutritivos e diversos de forma ambientalmente sustentável é incompatível com a GDA.

Sobre o meio ambiente

Denunciamos os GDA por promoverem a insustentabilidade ambiental. Tanto no que se refere aos modelos de produção intensivos e industrializados, como pelo tipo e quantidade de alimentos oferecidos não respeitando em nada os ciclos naturais dos mesmos (alimentos da época) nem os diferentes custos ecológicos inerentes.

Por outro lado, baseia a sua cesta alimentar comercial nos alimentos quilométricos, a *comida-fuel*, com todos os enormes custos ambientais acarretados pelo transporte em grande escala. Finalmente, o formato dos

alimentos oferecidos, baseado em toneladas de embalagens e *packaging* não faz mais do que acrescentar peças à inquestionável insustentabilidade ambiental do modelo GDA.

A GDA e a cadeia agro-alimentar imposta é uma das principais causas da insustentabilidade ambiental, tanto no âmbito rural, de erosão irrecuperável de recursos naturais únicos, como na promoção de modelos de transporte e embalagem não sustentáveis.

Sobre o Sul

Denunciamos a GDA como responsável pela vulnerabilidade do direito à alimentação e à soberania alimentar dos povos, especificamente nas regiões empobrecidas. Estes prejuízos realizam-se tanto de forma directa como indirecta.

De forma directa, sendo a ponta de lança do modelo agro-alimentar injusto, insustentável e sem camponeses descrito anteriormente. As consequências do desaparecimento dos camponeses do Sul são mais graves que nos países do Norte considerando que, nestes países, há uma importante população que vive da agricultura. Por isso, este modelo injusto vem exercer uma forte violência contra o camponês que luta por manter o seu meio de vida.

De modo indirecto, a GDA vai no sentido oposto à soberania alimentar e ao direito à alimentação através da promoção de modelos de produção depredadores dos recursos naturais destas regiões. A soberania alimentar é incompatível com a GDA e é a causa directa da fome, pobreza e subnutrição, pelas migrações forçadas do campo para a cidade e pela violência e desrespeito dos direitos humanos no campo.

Direitos laborais

Denunciamos a GDA por desrespeitar os direitos dos trabalhadores tanto nos países do Norte como nos do Sul. A GDA baseia o seu benefício económico na exploração laboral dos trabalhadores/as, aos quais impõe salários de miséria, e uma crescente flexibilização das condições laborais, com ritmos de trabalho abusivos, horários desregulados, e jornadas laborais extraordinárias.

A GDA baseia a sua estratégia na utilização de mão-de-obra precária e na generalização da precariedade laboral. A GDA nega, amiúde, o direito dos trabalhadores à organização e sindicalização, praticando políticas anti-sindiciais agressivas que tornam não respeitando os seus direitos básicos, chegando a tomar medidas repressivas frente aos trabalhadores/as organizados. Disso são exemplos os despedimentos ou o encerramento de estabelecimentos.

Finalmente, a GDA impulsiona um modelo de destruição social e territorial ao contribuir para o desaparecimento dos tecidos produtivos de pequena escala rural e do pequeno/médio comércio de bairro.

Defendemos

O paradigma da soberania alimentar incide transversalmente em toda a cadeia alimentar, desde a reclamação do direito humano à alimentação, até um novo marco de comércio internacional, passando por modelos de produção de alimentos de proximidade que sejam de base camponesa, familiar e sustentável. Um elemento chave do paradigma é o do modelo de distribuição alimentar.

Para conseguir que os produtores possam viver dignamente cultivando produtos de qualidade relacionados com a sua realidade social, ecológica e cultural, necessitamos de mercados locais viáveis baseados em hábitos de consumo que os tornem possíveis. É necessária uma mudança, portanto, no nosso modelo de consumo e distribuição o que significa, principalmente, adoptar formas de consumo justas e responsáveis.

Defendemos:

- 1 A prioridade aos alimentos locais e de época.
- 2 Fomentar os alimentos cultivados de forma respeitosa com a natureza e seus ciclos.
- 3 A prioridade a alimentos que comportem uma remuneração digna para todos e todas os que participam na cadeia que permite que estes cheguem à nossa mesa.
- 4 A prioridade a aqueles alimentos transformados – naqueles produtos que realmente o necessitem - onde o processo de transformação se faça tão perto do produtor quanto possível. E rejeitamos uma transformação levada a cabo pelas grandes empresas multinacionais que promovem um comércio injusto e um consumo irresponsável.
- 5 Os produtos de outros ecossistemas que incorporámos à nossa dieta devem manter a mesma qualidade social e ambiental que exigimos aos produtos locais. Esta garantia deve ser exigida às organizações de comércio justo.

Por tudo isto resolvemos realizar esta mesa redonda, tendo em conta que a proliferação das hortas urbanas pode contribuir para a criação de circuitos de produção/consumo alternativos ao aqui anteriormente enumerado.

(1) Fonte: CCP (Confederação do Comércio de Portugal)

Carlos Gomes
12 de Janeiro de 2008