



As Multinacionais “solidárias” do Comércio Justo

Para quem não viu a reportagem intitulada pela SIC “O sabor amargo do chá e outras histórias”, no dia 2 de Dezembro, sugerimos o acesso ao link, para que possa tirar as próprias conclusões: <http://www.sic.pt/online/video/informacao/historias-do-mundo/2009/12/o-sabor-amargo-do-cha-e-outras-historias-contadas-por-augusto-madureira02-12-2009-221244.htm>

A mesma refere a pesquisa realizada por uma equipa de investigadores da Dinamarca, no Quênia, Sri Lanka e Bangladesh, principais países produtores de chá, em que o trabalho sazonal, a sobrecarga horária superior às 10 horas, a ausência de contratos para a maioria dos/as trabalhadores/as, o pagamento irrisório e a consequente utilização da mão-de-obra infantil pelos familiares, de forma a obter mais algum ganho, aliam-se à inexistência de assistência médica e à total submissão às grandes corporações transnacionais, que dominam totalmente os meios de produção.

A aparente surpresa está no facto de que, a este cenário de exploração, está associado o Comércio Justo. Muito embora a reportagem seja pouco clara e redutora, não se pode negar factos para os quais temos vindo a chamar a atenção há alguns anos:

Faz sentido que as multinacionais tenham produtos certificados do Comércio Justo? Que vantagens podem ter estas corporações, que se regem pela maximização dos lucros, a concentração financeira, o domínio de toda a cadeia - da produção à comercialização – e da subalternização do trabalho, associando os princípios do Comércio Justo aos produtos por estas comercializados? Que benefícios podem ter os produtores a curto prazo e que desvantagens podem existir a médio e longo prazo? Que tipo de exercício de cidadania tem um/a consumidor/a, que considera a sua missão cumprida, resumindo a sua responsabilidade a um selo de garantia num produto?

O Comércio Justo enquanto movimento social – e não como uma certificação, como apontado na reportagem – tem diferentes entendimentos sobre o envolvimento das multinacionais, enquanto possíveis entidades “parceiras”.

Entendemos que só faz sentido a luta por um Comércio Justo que seja indissociável da Soberania Alimentar, que significa “o direito

dos povos de controlar suas políticas agrícolas e alimentares; o direito de decidir o que cultivar, o que comer e como comercializar; de produzir localmente respeitando o território; de ter em mãos o controle dos recursos naturais: a água, as sementes, a terra...

Na atualidade, a produção agrícola está centrada no agronegócio e na produção para exportação, de forma a fomentar o lucro capitalista das empresas multinacionais e das elites políticas que lhes dão suporte. Hoje o que comemos reduz-se a uma mercadoria, a que só alguns têm acesso, excluindo grande parte da população mundial deste direito fundamental.

Estes princípios da soberania alimentar aplicados ao comércio justo levam-nos a falar de um comércio justo de proximidade, exceptuando aqueles produtos que não são elaborados em nosso território; de um comércio justo com respeito pelo meio ambiente e controlado pelas comunidades; de um comércio justo que combata as políticas neoliberais e as multinacionais.

Desse modo, podemos falar de um comércio justo local, seja no norte seja no sul: comer fruta e verdura fresca de temporada produzida por camponeses baseados em princípios de justiça social e ambiental, ter acesso a esses produtos por meio dos mercados locais e da rede de economia solidária. Do mesmo modo, podemos falar de um comércio justo internacional, do sul ao norte e vice-versa, para aqueles produtos que não são produzidos localmente.

Visto o que está dito anteriormente, o que podemos dizer de um café de comércio justo numa estante de um supermercado? Das bananas de uma grande plantação latino-americana com sua certificação correspondente? Isto é comércio justo? Se tomarmos como princípio a soberania alimentar, nenhuma dessas práticas o é.

A Grande Distribuição Alimentar que obtém o seu lucro, entre outros, recorrendo à exploração de seus trabalhadores, dos camponeses e, por vezes dos fornecedores; ao fomento do consumismo nunca poderá realizar um comércio justo. Plantações de bananeiras em mãos da indústria agroalimentar como Chiquita e Dole que produzem bananas com selos de comércio justo, enquanto que em outras propriedades exploram seus trabalhadores e acabam com a produção local, tampouco é comércio justo.

A consecução da soberania alimentar e de um comércio justo somente será possível com o trabalho conjunto de organizações de base camponesas, de consumidores, sindicalistas, ecologistas que apostem noutro modelo de agricultura, de comércio e de consumo a serviço dos povos e do meio ambiente. Para consegui-lo, a aliança campo e cidade, Sul e Norte é imprescindível.



Membro da rede ECJ
www.espaciocomerciojusto.org



mó·de·vida
C O O P E R A T I V A

www.modevida.com