



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

**Contributo para um estudo sobre comércio justo: um olhar sobre
a experiência Cabaz Fresco do Mar na Fuzeta**

Teresa Luís da Cunha Rodrigues

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em
Desenvolvimento, Diversidades Locais e Desafios Mundiais, Lisboa, ISCTE

Orientadora:

Professora Doutora Sónia Infante Girão Frias Piepoli

Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas

Setembro, 2019

Ao Luciano e à Cristina

Agradecimentos

Este que foi mais um troço de caminho concluído tenho na minha bagagem alguns agradecimentos a fazer. Agradecimentos a pessoas que, acima de tudo, zelaram para que tudo terminasse bem.

Em primeiro aos Amigos que fiz na Fuzeta. Terra linda e misteriosa onde não falta boa gente. Quem passa, não saí indiferente. Quem fica, saí certamente diferente. Um especial bem-haja ao Luciano e à Cristina por terem sido uma porta-aberta e por esta porta se manter aberta.

À Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta – Sónia, Anabela, Mestre Beto – pela disponibilidade imediata em receber-me nas instalações e por terem permitido que este espaço fosse o meu «campo» de trabalho.

À Comunidade piscatória da Fuzeta. Trouxe comigo um sincero respeito pelo vosso ofício, repleto de riscos e de incertezas e nem sempre reconhecido e valorizado pela sociedade. Tiro-vos o chapéu pela fé e esperança que entregam a cada saída para o mar. Esta que é sempre uma aventura.

À Professora Sónia Frias, uma mentora. Desencaminhadora de bons caminhos.

À Paula e ao Amândio pela hospitalidade durante a minha estadia na Vila. Conhecedores de longa data da Fuzeta deram-me a conhecer as pessoas de referência da Fuzeta relacionadas com o universo da pesca e ajudaram-me a compreender certos «fenómenos» da região. Um dos mais populares “quando não se sabe, inventa-se”.

À família pela tranquilidade e confiança que transpareceram ao longo deste percurso.

Aos meus colegas de trabalho, que partilharam a minha angústia e receios na véspera da partida para a Fuzeta mas também os sorrisos e o sentimento de «alma cheia» aquando do meu regresso. Obrigada por de vez em quando soltarem a pergunta «como vai isso?»

Um bem-haja há minha tribo. Porque *Estamos* (sempre) *Juntos*.

Por fim, ao amigo de sempre.

Resumo

O comércio e produção local têm atravessado nos últimos anos um processo de transformação. Este é um processo que tem sido impulsionado sobretudo pela liberalização dos mercados e pelos efeitos da globalização. A cadeia comercial é hoje projetada a uma escala global e baseada na lógica da concorrência onde os pequenos produtores não entram na competição em condições de igualdade para com os seus concorrentes de maior dimensão; onde o preço final do produto não é repartido de forma justa entre todos os intervenientes na cadeia comercial. Em virtude destes factos, o comércio local tem entrado em declínio. Mas é também em virtude deste declínio que se tem assistido ao surgimento de uma série de iniciativas enquadradas na dinâmica maior da Economia Social e Solidária que procuram contrariar esta tendência.

O Comércio Justo e a Soberania Alimentar são exemplos destas iniciativas. Em conjunto defendem e valorizam o comércio local, da produção ao consumo e encaram o comércio internacional como um complemento e não um substituto à capacidade de produção local. Poderá o Comércio ser efetivamente justo? Se sim, com que meios? Poderá a pequena escala constituir a chave de sucesso para as experiências de comércio justo? E para o desenvolvimento da região onde é promovido? Estas são algumas das questões que nos acompanharam ao longo da reflexão e às quais se procurou dar resposta através da ilustração com o estudo de caso realizado na Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta – O Cabaz Fresco Mar.

Palavras-chave: Economia Social e Solidária; Comércio Justo; Soberania Alimentar; Desenvolvimento

Abstract

In recent years local trade and production have been going through a process of transformation. This is a process that has occurred, mainly, by the liberalization of markets and the effects of globalization. In our days the trade chain is designed for a global scale and based on the logic of competition where small and large scale producers do not participate in the 'race' under equal conditions; where the final price of the product is not fairly distributed among all players in the commercial chain. Because of these facts, local commerce has been declining. But it is also due to this decline that a number of initiatives have emerged as part of the broader dynamics of the Social and Solidarity Economy, seeking to counteract this trend.

Fair Trade and Food Sovereignty are examples of these initiatives. Together they defend and value local trade, production and consumption and see international marketing as a complement rather than a substitute for local production capacity. Can trade be effectively fair? If so, by what means? Could small scale be the key to successful fair trade experiences? And for the development of the region where it is promoted? These are some of the questions that accompanied us throughout this reflection and that we tried to answer through the illustration with a case study at the Fuzeta Fishing Shipowners Association - The Fresh Sea Basket.

Keywords: Social and Solidarity Economy; Fair Trade, Food Sovereignty, Development

Glossário de Siglas

AAPF – Associação de Armadores de Pesca Fuzeta

ADAPSA – Associação de Armadores de Pesca Sotavento Algarvio

BI – Banco Mundial

CIDAC – Centro de Investigação e Desenvolvimento Amílcar Cabral

EFTA - European Fair Trade Association

FLO - Fairtrade Labelling Organizations International

FMI – Fundo Monetário Internacional

GATT - General Agreement on Tariffs and Trade

IFAT - Internacional Fair Trade Associational

NEWS! - Network of European World Shops

OMC – Organização Mundial Comércio

ONG – Organização Não Governamental

WWF - World Wide Fund

Índice

Introdução	i
Capítulo I – A solidariedade nas trocas comerciais: o movimento do Comércio Justo e da Soberania Alimentar	14
1.1 A proposta do Comércio Justo	14
1.1.1 As críticas à proposta do Comércio Justo	20
1.2 A proposta da Soberania Alimentar	23
1.2.1 As críticas à proposta da Soberania Alimentar	28
1.3 A complementaridade entre conceitos: Comércio Justo e Soberania Alimentar	29
Capítulo II. Comércio Justo, uma expressão da Economia Solidária	30
2.1 A Solidariedade na abordagem económica	30
2.1.1 A Proximidade e a Confiança nas relações de Comércio Justo	33
2.2 Construir algo novo: experiências concretas de comércio alternativo	35
Capítulo III. Articulando conceitos: comércio justo e desenvolvimento	37
3.1 Revisitando o Conceito de Desenvolvimento	37
3.2 Comércio Local e Desenvolvimento	39
Capítulo IV. Metodologia da Investigação: apontamento	42
4.1 A Experiência de Investigação	42
4.2 Pergunta de partida e objetivos de investigação	45
4.3 Quem nos contou a história: participantes no estudo-caso	46
4.4 O Cabaz Fresco Mar da Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta: a experiência em estudo	47
Capítulo V. A Vila da Fuzeta, um lugar de mar com história: o espaço da pesquisa	50
Capítulo VI. O que nos diz o campo sobre o Comércio Justo e a Soberania Alimentar	59
6.1 Breve reflexão sobre os resultados do estudo	71
Considerações	75
Bibliografia	79
Anexos	84
Anexo A - Fotografias	85
Anexo B - Grelha Analítica	91
Anexo C – Guião de Entrevistas	94
Anexo C – Guião de Entrevistas	95
Anexo C – Guião de Entrevistas	96
Anexo D – Estatutos da Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta	97

Introdução

O Comércio Justo constitui hoje um dos movimentos mais dinâmicos de uma série de campanhas e iniciativas que emergiram nas últimas décadas em resposta aos efeitos negativos da globalização (Raynolds et al, 2007).

Este foi um movimento que teve numa fase inicial o objetivo de defender a criação de condições de acesso dos pequenos produtores dos países do Sul ao mercado internacional, pagando-se ao produtor um “preço justo” pelo seu produto e eliminando-se os intermediários não necessários (Paulillo,2006; Raynolds, 2007; Laville,2009). Esta consideração leva-nos a reter duas ideias fundamentais que caracterizam a atuação do Comércio Justo: a *primeira*, conduz-nos à ideia de “preço justo” isto é, deve constituir um valor que permita ao trabalhador e à sua família viver dignamente do seu trabalho; suficiente para pagar os custos de produção e proteção e para investir na atualização das formas de atividade; a *segunda* leva-nos à ideia de proximidade entre quem produz e quem consome. A importância da proximidade no movimento do comércio justo justifica-se pela sua possibilidade em poder contrariar o poder do intermediário nas relações comerciais que como sublinhou Larrigana (2006) é tanto maior, quanto maior for a distância entre um produtor e um consumidor. Nesta relação triangular, a situação tende para o desequilíbrio, não para o equilíbrio.

Na Europa, em especial a partir dos anos de 1960, o Comércio Justo toma o carácter de um movimento internacional dedicado em promover uma aliança entre todos os atores da cadeia comercial, dos produtores aos consumidores, empenhado em denunciar as injustiças do comércio e em construir princípios e práticas comerciais cada vez mais justas e coerentes (Centro Investigação e Desenvolvimento Amílcar Cabral - CIDAC, 2019).

Este é um movimento que, pelos seus princípios e práticas, podemos enquadrar na dinâmica da Economia Solidária. Na verdade, o movimento do Comércio Justo surge da indignação de produtores e de alguns consumidores mais sensibilizados ao modelo comercial liberal (dominante), gerador de um conjunto de desequilíbrios, em larga medida sustentados pelos processos de globalização de que se tem aproveitado a própria Organização Mundial do Comercio (OMC). Cedo motiva segmentos da própria sociedade civil na procura de um modelo comercial alternativo baseado noutros princípios que não apenas o lucro, a concorrência e a competição.

Cada vez se produz mais onde o preço da mão-de-obra é mais barato e as leis laborais e ambientais mais precárias; cada vez se gasta mais em combustível ou meios de transportes em vez de se pagar melhor aos produtores e trabalhadores; cada vez mais a cadeia comercial é projetada a uma escala global e baseada na lógica da concorrência, onde produtores de pequena e grande escala não partem em condições iguais, polui-se o ambiente e contribui-se para as alterações climáticas.

Também como salienta o CIDAC nas suas formações sobre a temática do Comércio Justo, o preço final de um produto não é distribuído de forma justa por todos os intervenientes na cadeia comercial, cabendo na maioria das vezes aos produtores a parcela mais pequena. A título de exemplo, o preço de um pacote de café do Uganda encontra-se nos supermercados a 1,75€. Desde valor o produtor recebe cerca de 9 cêntimos e o Uganda recebe cerca de 10% do total do preço do pacote de café dado que, cada vez é mais frequente as multinacionais terem os seus próprios circuitos de torrefação, distribuição e transporte dos produtos (CIDAC, 2008). Mas se em termos de reembolso económico a

percentagem devolvida ao país produtor não é significativa, também o próprio produto «escapa» muitas vezes ao consumo pela comunidade de origem. A injustiça na distribuição mundial dos recursos explica-se pelo desequilíbrio entre a origem dos produtos e o respetivo consumo. Se a produção de cacau, por exemplo, é localizada sobretudo nos países do Hemisfério Sul, os seus principais consumidores encontram-se nos países do Hemisfério Norte e a riqueza gerada por este comércio beneficia muito mais os países do Norte, onde por sinal é feita a transformação do cacau em múltiplos produtos e a sua comercialização (CIDAC, 2008).

Como consequência tem-se assistido ao desaparecimento gradual das atividades de produção local que deixam de ter a capacidade de concorrer com as grandes indústrias. Mas como consequência tem-se assistido também ao surgimento de uma série de iniciativas de «resistência» que procuram de uma forma criativa e inovadora contrariar esta tendência. Por isso muitos produtores e produtoras têm-se organizado em associações, cooperativas ou grupos mais informais que se reforçam mutuamente, ganham força e descobrem alternativas.

Partimos para este estudo com uma questão que nos acompanha há já algum tempo e que é a seguinte: atendendo à conjuntura mundial presente, a toda a dinâmica do processo de globalização, às cadeias de negociação, à própria cultura de consumo, etc. poderá de facto, o comércio ser justo?

Para o CIDAC, uma Organização Não Governamental de Desenvolvimento (ONGD) reconhecida como Instituição de Utilidade Pública desde 1989, sediada em Lisboa e que tem dedicado a investigação em torno de duas principais temáticas – Educação para o Desenvolvimento e Comércio e Desenvolvimento – avança que o comércio pode efetivamente ser justo se for pautado por princípios de justiça, equidade e solidariedade, se responder em primeiro lugar às necessidades básicas das populações e assegurar a sua autonomia e independência, se reconhecer e valorizar as identidades e os recursos locais e respeitar o meio ambiente. Isto implica assegurar que cada pessoa tenha um trabalho digno e com condições e remunerações igualmente dignas; implica a construção de um comércio ao serviço das pessoas, orientado para o desenvolvimento social e económico das comunidades locais e do mundo como um todo (CIDAC, 2019)

É na articulação deste conjunto de critérios, que gostaríamos de entender também como possibilidades, que encontramos a razão para estudar a temática do comércio justo no âmbito do Mestrado em Estudos de Desenvolvimento.

A nossa pesquisa indica-nos que, fruto de uma certa insatisfação generalizada com os efeitos da globalização, sobretudo das suas consequências para os pequenos produtores locais, têm vindo a aumentar um pouco por todo o lado os movimentos da sociedade civil em prol do comércio justo. Consideramos que este aumento em número e diversidade de experiências ligadas à prática do comércio justo que ao longo dos anos têm vindo a ser realizadas em variadíssimos países, incluindo Portugal, procuram constituir-se como uma alternativa ajustada aos lugares e às pessoas. No fundo, são experiências que procuram mitigar uma certa insatisfação com o exercício do mercado que o faz funcionar de forma «menos justa» ou mesmo «injusta».

Na verdade, o que caracteriza este conjunto de experiências é a procura de alternativas de produção, distribuição e consumo, que não ignoram a existência do comércio internacional, mas que procuram outro modelo ou caminho para a realização comercial enquanto um meio de «libertação» dos

pequenos grupos de produtores, ao domínio das lógicas comerciais capitalistas, que se opõem às suas formas tradicionais de atividade, e impossibilitam a concorrência com as grandes multinacionais no que toca à relação com o consumidor. Referimo-nos a experiências de comércio justo que poderíamos a *priori* considerar, sustentarem-se sobretudo na produção de pequena escala, controlada e dirigida a um público consumidor definido e próximo. Sobre a maior parte das experiências que nos pudemos informar, verificamos que se alicerçam substancialmente nos conhecimentos, nos recursos e nas competências dos homens e mulheres que há muito tempo desempenham a atividade.

Como sublinha ainda o CIDAC (2019) trata-se de ideias e iniciativas que representam uma nova geração de propostas políticas relativamente à defesa do consumidor, à segurança alimentar e à economia social. Mais abertas, mais perto das muitas realidades e contextos sociais e culturais.

Para este trabalho, propusemo-nos trabalhar diretamente com a Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta no seu projeto *Cabaz Fresco Mar*. Este projeto consiste na venda semanal de um cabaz de peixe, pescado artesanalmente na costa Algarvia. Estabelece um circuito curto de comercialização, fomentando relações de proximidade entre quem pesca e quem consome, e procura garantir um preço justo para o pescador e ainda contribuir para o conhecimento e valorização das espécies de pescado existentes localmente.

O setor da pesca em Portugal tem atravessado ao longo dos últimos anos um processo de transformação, sobretudo após a entrada na União Europeia. Desde então tem sido um processo impulsionado por mudanças legislativas, socioinstitucionais e administrativas que tem vindo a resultar no declínio da atividade piscatória (Amorim, 2015). Além do risco da profissão, esta é também uma atividade caracterizada pela incerteza e aleatoriedade, quer na captação dos recursos, quer no preço que se consegue obter pelo pescado. A instabilidade que marca cada uma das fases da cadeia de comercialização do pescado denota o interesse em estudar o Cabaz Fresco Mar que procura no seio desta inconstância, apresentar-se como uma via alternativa aos pescadores e aos consumidores.

Apesar de muitas interrogações, definimos a seguinte pergunta de partida para este trabalho – *Poderão ser a pequena escala comercial e a proximidade a chave do sucesso de experiências de comércio justo como a do Cabaz Fresco do Mar?*

O objetivo geral deste estudo consiste em compreender, por meio do estudo de caso do Cabaz Fresco Mar, o campo de possibilidades que o comércio perspetivado numa ótica de proximidade e de trocas locais, pode contribuir para o enriquecimento do conceito e práticas do comércio justo.

Em termos de objetivo específico, tomámos como finalidade aprender o que há de diferente na prática e conceptualização do Cabaz Fresco Mar por comparação ao mercado convencional, em quatro propósitos: *Um*, na forma como praticam a atividade piscatória, gerem e preservam os recursos naturais; *dois*, na forma como os protagonistas envolvidos no Cabaz Fresco Mar se relacionam entre si; *três*, na forma como contribuem para a manutenção e criação de postos de trabalho; e *quatro*, na forma como contribuem para uma alimentação saudável, equilibrada e dentro dos padrões culturais.

Esta análise consideramos, poderá contribuir para o enriquecimento da resposta ao nosso objetivo geral.

Agora em jeito de conclusão, importa dizer que esta dissertação se encontra organizada em seis capítulos:

O *primeiro capítulo*, através do exercício de revisão da literatura, expõe histórica e conceptualmente os principais temas em foco na presente dissertação – comércio justo e soberania alimentar.

O *segundo capítulo* reserva-se à articulação do conceito de Comércio Justo com o conceito de Economia Social e Solidária, este que é um campo de excelência para o surgimento de iniciativas de Comércio Justo. Neste capítulo é ainda apresentada uma breve reflexão sobre a confiança e proximidade, duas forças que tanto se têm mostrado fundamentais para a integração destas formas alternativas de comércio.

Tratando-se de uma dissertação integrada no Mestrado em Estudos de Desenvolvimento, procuramos com o *terceiro capítulo* visitar o conceito de desenvolvimento e analisar as pontes que se podem projetar entre desenvolvimento e comércio local.

O *quarto capítulo* mostra a metodologia delineada para a recolha de informação, os objetivos de investigação, a pergunta de partida e apresentamos as pessoas que partilharam connosco a sua experiência, ora relacionada com o Cabaz Fresco Mar, ora relacionada com o mar e a pesca.

O *quinto capítulo* reserva-se à apresentação da Vila da Fuzeta, o lugar onde tudo começou e onde desenvolvemos a nossa experiência de campo. Procuramos com este capítulo tornar comum ao leitor a história da Vila e a sua ligação ao mar para uma melhor compreensão do contexto de surgimento do Cabaz Fresco Mar.

No *sexto capítulo* partilhamos o nosso registo etnográfico da experiência de campo no Cabaz Fresco Mar e o que este nos diz sobre o comércio justo e soberania alimentar. Este capítulo serve de base ao ponto seguinte – Reflexão sobre os resultados - onde tentamos articular as aprendizagens obtidas pela nossa experiência de campo com a contextualização teórica apresentada nos primeiros capítulos.

Por fim, segue-se o ponto das Considerações que descreve as conclusões relativas à experiência de investigação e ainda possíveis pistas para futuras oportunidades de investigação.

Em termos de desenvolvimento profissional, esta primeira experiência, ainda que breve, de investigação em ciências sociais, permitiu o desenvolvimento de um interesse com potencial de crescimento para o caminho da investigação.

Os vários projetos que tive a oportunidade de conhecer e que se dedicam à defesa dos interesses de produtores e consumidores, com primazia pelo bem-estar das pessoas acima da procura de lucro e competição, fizeram-me crer que esta é uma temática que gostaria que fosse além do meu interesse pessoal e com a qual me pudesse envolver profissionalmente. A minha área base de formação, Serviço Social, define-se como sendo uma profissão de defesa de direitos humanos. O seu profissional – o Assistente Social – define-se como sendo um profissional “cujo objetivo de ação consiste em provocar mudanças sociais, tanto na sociedade em geral, como nas suas formas individuais de desenvolvimento” (Rocha, 2015:14). É importante para este profissional ter uma ação o mais abrangente possível e isto inclui um olhar não apenas nas áreas tradicionalmente associadas à profissão (saúde, ação social) mas em todas as áreas em que existam indivíduos, problemas e oportunidades de melhoria (Rocha, 2015). Assim, nesta temática, o Assistente Social pode contribuir com conhecimento e instrumentos de

trabalho que permitem, em conjunto com outras profissões e sempre com o envolvimento e participação da comunidade, dar voz aos interesses e necessidades dos produtores e das comunidades, assim como ser parte-ativa na organização coletiva com vista a conhecer e transformar a realidade.

Pessoalmente, o tema da dissertação surge de um longo interesse pela temática do Comércio Justo e da Soberania Alimentar. Interesse este que ao frequentar o Mestrado em Estudos de Desenvolvimento tive a oportunidade de aprofundar e articular com outras áreas do conhecimento.

Numa tentativa de localizar temporalmente este interesse, talvez possa dizer que terá começado a criar as suas raízes aquando da minha participação numa formação do CIDAC. Posteriormente e resultado de algumas leituras e algumas viagens fui dando «alimento» para que as raízes da formação do CIDAC tivessem espaço para se instalarem como uma das minhas motivações de estudo.

A possibilidade de conhecer uma nova comunidade e interagir com a mesma – Comunidade Piscatória da Vila da Fuzeta – por meio de um projeto pensado para os problemas locais relacionados com a pesca contribuiu para manter a minha motivação com a dissertação. Trata-se de uma comunidade com a qual eu não tinha uma relação anterior à realização da dissertação, além de ser marcadamente masculina e desconfiada quanto às intenções de «quem vem de fora».

Conforme a minha estadia no terreno ia avançando, também a minha ligação às pessoas, à comunidade e à sua profissão se foi tornando mais próxima e fui sendo acolhida por todas as pessoas de uma forma muito carinhosa. Para esta hospitalidade revelou-se essencial o apoio da AAPF que funcionou como uma ponte e uma garantia aos pescadores de que a aluna vinha «por bem». As vivências, a amizade e o carinho que trouxe comigo não se esgotam nas páginas desta dissertação. Esta é uma porta que se mantém aberta.

Capítulo I – A solidariedade nas trocas comerciais: o movimento do Comércio Justo e da Soberania Alimentar

Em face do surgimento da designada grande distribuição alimentar, dos tratados de comércio livre, da revolução verde, dos subsídios agrícolas do Hemisfério Norte, da deterioração ambiental e do empobrecimento das condições de vida de milhões de pessoas em todo o mundo, têm-se gerado nas últimas décadas e em todo o mundo uma onda de movimentos de «resistência» contra essa situação. Estes movimentos – comércio justo, soberania alimentar, circuitos curtos de abastecimento, economia circular, economia partilhada, economia verde, entre muitos outros – apresentam como denominador comum o facto de se mostrarem como uma alternativa que propõe uma outra lógica sobre a produção, distribuição, comercialização e consumo.

Estes movimentos são constituídos por uma série de características que os autores Douglas Murray e Laura Reynolds (2007) descrevem como sendo um caminho para a “nova globalização”. Isto porque as pessoas que se envolvem nestes movimentos, a fim de criarem uma relação de maior equidade nas trocas comerciais e de consciencialização dos consumidores, procuram reformular o comércio internacional com base em estratégias baseadas no próprio mercado.

Com particular enfoque na lógica proposta pelo Comércio Justo nos anos 60 e pela Soberania Alimentar nos anos 90, este primeiro capítulo apresenta uma leitura diacrónica dos seus conceitos e da sua aplicabilidade, explorando as diferentes visões dos conceitos associados ao seu processo de evolução e renovação como se verá de seguida.

1.1 A proposta do Comércio Justo

Nos finais do século XX, a liberalização comercial constituía o lema da liderança política, quer de esquerda, quer de direita, nos países industriais mais avançados (Stiglitz, 2009). Independentemente da ideologia política, havia por parte do Ocidente e mais particularmente por parte das instituições de Bretton-Woods (Fundo Monetário Internacional, Banco Mundial e Organização Mundial do Comércio) uma forte convicção de que o novo sistema económico – neoliberalismo – seria uma fonte de prosperidade e crescimento económico sem precedentes (Lopes, 2011). Este novo sistema económico advertia para a intervenção mínima por parte do Estado na regulação dos mercados, a livre circulação de capital, a privatização de empresas estatais, a abertura da economia à entrada de multinacionais e a ênfase na globalização (Lopes, 2011).

A Globalização reforçou este modelo económico ao permitir a instalação de interesses de consumo que hoje não se limitam à capacidade de produção local, mas que vão além-fronteiras com a possibilidade clara de fazer transportar um vasto leque de bens e serviços por largas distâncias. A liberalização comercial permite-nos hoje encontrar produtos provenientes de todos os lugares do mundo, em qualquer altura do ano e a preços relativamente acessíveis, tornando este mercado muito atrativo, mas de difícil competitividade sobretudo para os produtores/mercados locais de pequena dimensão.

Consideramos de difícil competitividade porque os movimentos geográficos a que os produtos estão atualmente sujeitos contribui para que os intermediários tenham um maior poder na cadeia comercial e mais especificamente na relação entre produtor e consumidor. Nesta cadeia o produtor é, na maioria dos casos, o interveniente que recebe a parcela mais pequena do resultado final do produto e o que se encontra em condições de trabalho mais frágeis. Por outro lado, a combinação da mecanização, a transformação da produção agrícola em monoculturas e a exploração intensiva dos solos e dos mares favorece a produção em grande escala. Esta forma industrial consegue uma maior alavancagem de capital quando comparado com os pequenos produtores porque ao fazerem recurso da mecanização das formas de produção conseguem trabalhar lotes cada vez maiores sem terem a necessidade de aumentar os custos de mão-de-obra na mesma proporção (Holt, Giménez, 2017).

Tendo por base a consideração deste conjunto de desequilíbrios, algumas ONG's e movimentos da sociedade civil em parceria com grupos de produtores propuseram a partir dos anos 60 uma alternativa ao modelo de comércio dominante – o comércio justo - que não se rege apenas por critérios económicos, mas também por valores éticos que incluem aspetos sociais e ecológicos.

Este foi um movimento que emergiu de uma série de iniciativas norte-americanas e europeias que desde os anos 1940 procuravam ajudar os grupos de produtores mais desfavorecidos através da criação de pequenas correntes comerciais alternativas. Tratava-se de um movimento social que procurava incorporar a justiça e solidariedade nos intercâmbios comerciais de carácter internacional (Fretel, 2009).

Esta «forma alternativa de comércio» consistiu, como já referido, na criação de iniciativas muito localizadas, de pequena dimensão, que ao longo do tempo acabaram por promover a criação de uma corrente solidária de comércio, cujas organizações promotoras, sobretudo de origem religiosa, compravam diretamente aos produtores das regiões mais empobrecidas os seus produtos, essencialmente artesanato, evitando tanto quanto possível os intermediários não necessários, vendendo-o aos consumidores conscientes (Raynolds, 2007).

O termo alternativo surge então aqui para sublinhar a diferença face ao modelo de comércio dominante. Os atores do comércio justo, apoiados por numerosos consumidores, empenhavam-se no apoio ativo aos produtores, na sensibilização do público e na mobilização para alterar as regras e as práticas do comércio internacional convencional (FINE in Laville, 2009).

Embora na altura ainda não se falasse precisamente do conceito comércio justo nem existissem as organizações que atualmente o compõe, era possível identificar algumas iniciativas isoladas de comércio, fundamentado com alguns dos princípios que viriam a caracterizar este movimento (Paulillo, 2006). E desde o seu início, este foi um movimento que estabeleceu dois principais objetivos: 1) melhorar a vida dos pequenos produtores do Sul, criando meios de escoamento para comercializarem os seus produtos a um preço justo junto dos consumidores do Norte; e 2) sensibilizar os consumidores para as injustiças das regras do comércio internacional (Laville, 2009).

Assim, esta «alternativa» de comercialização é atualmente segundo o CIDAC (2019) baseada nos seguintes princípios: 1) o respeito e a preocupação pelo bem-estar das pessoas e a preservação do ambiente devem permanecer acima da procura de lucro; 2) a proteção e promoção dos direitos humanos e a denúncia do trabalho forçado, nomeadamente o trabalho infantil; 3) o estabelecimento de

uma relação direta entre produtores e consumidores, eliminando tanto quanto possível os intermediários não necessários; 4) o pagamento a um preço justo pelo trabalho realizado, permitindo que os seus produtores vivam dignamente do trabalho e consigam investir na inovação contínua dos seus modos de produção; 5) a contratualização de relações laborais de longo prazo com os produtores; 6) a disponibilização de financiamento parcial antes do início da atividade ou acesso a outras formas de crédito, permitindo maior segurança ao produtor para aquisição de material e maior proteção em contextos de epidemia e/ou catástrofes naturais; 7) o reforço das capacidades organizativas, produtivas e comerciais dos produtores através de formação e aconselhamento técnico; 8) a transparência sobre todos os aspetos da atividade e o acesso a informação sobre todos os intervenientes na cadeia comercial (produtos, serviços e métodos).

Como veremos nos parágrafos que se seguem, este foi um movimento de gradual crescimento. De um conjunto de iniciativas pontuais e localizadas a uma corrente solidária de comércio organizada, contínua e profissionalizante. Vejamos agora um pouco do seu percurso histórico:

Durante as décadas de 1960 e 1970 este tipo de comércio alternativo expandiu-se significativamente e estes «princípios alternativos» foram aperfeiçoados no sentido de destacar as injustiças enfrentadas pelos países do Sul e as relações comerciais desiguais que mantinham essa pobreza. Na Europa a defesa destes princípios proliferaram sob a forma das conhecidas lojas *World Shops* (Raynolds et al, 2007). Tratava-se de estabelecimentos comerciais especializados que promoviam o comércio de produtos de Comércio Justo e que tornavam possível aos consumidores a oportunidade de adquirir produtos por meios alternativos ao comércio convencional. Ou seja, espaços que articulavam a garantia de que o preço a pagar por determinado produto cobriria todas as despesas de produção e que permitiria aos produtores viver dignamente do seu trabalho, mas também com uma informação clara sobre a origem do produto (quem o produziu, em que condições foi produzido). Na génese destas lojas encontrava-se também uma forte componente associada à consciencialização dos consumidores com a organização de várias atividades educacionais e de sensibilização para as políticas comerciais entre o Norte e o Sul. Nesta primeira fase – anos 60 e anos 70 – estas organizações desenvolviam uma atividade comercial irregular e voluntarista, com pontos de venda pontuais em festas, concertos, feiras solidárias, ou seja, sem um canal fixo e estável de comercialização (Vivas, 2011).

Gradualmente, o movimento passou a incluir outro tipo de mercadorias que não apenas o artesanato, como foi o caso do chá, o café e o cacau. Mas sempre com a garantia de que a troca comercial teria resultado na devolução de uma parcela maior ao seu produtor.

Nos anos 1960 na Holanda, num momento marcado pela contestação internacional e de crescente desconfiança face ao funcionamento do mercado internacional, surge institucionalmente o conceito de Comércio Justo. Surge, como sublinha o CIDAC (2019) com a criação das primeiras organizações de comércio justo e definido como um movimento internacional baseado na promoção de uma aliança entre todos os atores da cadeia comercial, dos produtores aos consumidores, excluindo os intermediários não necessários, visando denunciar as injustiças do comércio e construir princípios e práticas comerciais cada vez mais justos e coerentes.

Foi também durante este período que se assistiu ao surgimento de uma série de abordagens baseadas no mercado para desafiar a globalização e os seus efeitos negativos (Murray; Raynolds,

2007) com vista à criação de um futuro mais sustentável e socialmente justo. Por exemplo, em 1965 teve lugar, por iniciativa do Sindicato dos Trabalhadores Agrícolas, um boicote ao consumo de uva numa tentativa de chamar a atenção para as precárias condições laborais; em 1977 na sequência de uma campanha promocional por parte da Nestlé em que incentivavam as mães dos países em desenvolvimento a dar preferência pelo consumo de leite instantâneo marca Nestlé ao consumo de leite materno, assistiu-se a um boicote internacional ao consumo de produtos desta marca; ao movimento de alienação internacional que procurava acabar com os laços financeiros com empresas da África do Sul e assim desafiar o regime Apartheid (Murray; Raynolds, 2007).

O que constitui uma novidade nestas iniciativas é que elas são baseadas no funcionamento do mercado – na contestação a este funcionamento - adquirem frequentemente uma dimensão transnacional e as suas ações são dirigidas mais às corporações do que aos próprios Estados.

Em termos políticos, o surgimento do conceito Comércio Justo está associado à Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento realizada em 1964. Nesta ocasião, o princípio *Trade Not Aid* foi pela primeira vez tratado ao nível internacional, ressaltando as relações entre os países do Norte e do Sul (Paulillo et al, 2006).

Esta perspetiva permitiu localizar a causa fundamental do subdesenvolvimento nas práticas de comércio mundial. Percebeu-se que as contínuas ajudas dos países desenvolvidos, sob a forma de doações, projetos e programas, não estavam a ser mais do que um paliativo de caridade aos países em desenvolvimento (Renard, 2003). Os representantes do Sul exigiam, por isso, que a ajuda ao desenvolvimento fosse convertida em práticas comerciais “justas” (Laville, 2009) que lhes permitisse assumir a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento.

A referida conferência e os debates surgidos na sua preparação influenciaram as estratégias de duas associações de caridade, pioneiras no movimento do Comércio Justo: a SOS WERELDHANDEL nos Países Baixos e a Oxford Committee for Famine Relief (OXFAM) na Inglaterra.

A primeira associação desenvolveu uma campanha contra as políticas protecionistas europeias e as sequências negativas sobre os produtores dos países em desenvolvimento. A segunda desenvolveu uma cadeia de importação de produtos artesanais do Sul, associando a um discurso sobre a preservação da identidade cultural das populações e sobre a necessidade de uma relação de igualdade entre os produtores do Sul e os compradores do Norte (Paullino et al, 2006).

No final da década de 1980 e início da década de 1990, as várias iniciativas que gradualmente se tinham formado e que promoviam um comércio justo juntaram-se em quatro principais organizações: A Network of European World Shops (NEWS!); a European Fair Trade Association (EFTA); a Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) e a Internacional Fair Trade Associational (IFAT).

Esta crescente organização levou a que nos anos 80 o movimento tenha evoluído para uma fase de progressiva profissionalização e consolidação de práticas, passando as respetivas lojas – *world shops* – a constituírem um canal mais regular de comercialização e transmissão de informação. Por sua vez e associado ao lançamento de campanhas de sensibilização, conheceu-se um importante aumento do conhecimento acerca do comércio justo entre a população ao longo dos anos 1990.

Desde 1998, as principais organizações de Comércio Alternativo procuravam encontrar um terreno e interesses comuns, vindo a resultar numa aliança designada por FINE, uma sigla composta pela

primeira letra dos nomes dos membros: FLO, IFAT, NEWS! E EFAT. A FINE procura promover a atividade dos seus membros, compartilhar informações e harmonizar os princípios e diretrizes do Comércio Justo. Em 2001 a FINE (EFTA, 2001:5) avançou com a seguinte definição do Comércio Justo:

“Fair Trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South. Fair Trade organizations (backed by consumers) are engaged actively in supporting producers, awareness raising and in campaigning for changes in the rules and practice of conventional international trade”.

Para Ângelo Caserta (2003), membro da ONGD belga ITECO – Centre de Formation pour le développement et la solidarité internationale - dedicada à Educação para o Desenvolvimento e especializada na formação, os princípios de base do Comércio Justo são dois, constituindo as duas almas do movimento, ao qual eu acrescento mais um ponto:

1) Ideia de sensibilização e formação. O movimento do Comércio Justo é inseparável de uma tomada de consciência por parte do consumidor em relação ao custo social e ambiental da produção e das regras de funcionamento do comércio, para que compreenda o seu papel e poder enquanto consumidor (Johnson, 2004). Como sublinha a Rede Nacional de Consumo (2007) existem diversas razões que justificam a preocupação com a tendência para o consumismo, alertando para a necessidade de se implementar um trabalho de consciencialização: 1) consumir é hoje uma das práticas mais abrangentes à escala global; 2) o consumo é um ato que, sendo exercido de forma individual, tem consequências sociais; e 3) o ato de consumir desencadeia consequências de ordem económica, social e ambiental.

2) Ideia de regras justas e transparentes: pagar a um preço justo aos produtores, de forma a viverem dignamente do seu trabalho e a terem a possibilidade de investir continuamente no desenvolvimento e inovação do seu modo de trabalho.

E, acrescentando um último ponto:

3) A ideia de Parceria: O termo «parceiro» sublinha a ideia de participação, de partilha. O que apela para um tipo de relação em pares e horizontal (Carmo, 2007).

O trabalho em parceria sugere uma articulação permanente entre um conjunto de grupos, equipas, setores e instituições privilegiando a partilha de diagnósticos, a formulação conjunta de objetivos, a construção de projetos, a realização de ações articuladas, a partilha de recursos e a coordenação e a avaliação comum (Carmo, 2007; Nunes, 2017).

Como sublinha Besson (2011), diretor da Associação Minga – criada em 1999, localizada em França e que tem dedicado a sua atividade em torno da promoção de uma prática de comércio e uma economia mais justos – a ideia de parceria apela a um trabalho conjunto entre todos os grupos envolvidos na cadeia comercial. Não é, por isso, suficiente pagar um preço mais elevado apenas ao produtor, é necessário assegurar uma remuneração justa a quem o transporte, armazena, torra, embala, distribui, vende. Por sua vez, a distribuição equitativa não se deve centrar apenas no rendimento, mas deve

implicar igualmente uma repartição justa e transparente dos riscos e dos esforços entre cada um dos atores da cadeia comercial. Portanto, a exclusão de qualquer um dos atores no processo de participativo constitui, potencialmente, um motivo para comprometer os futuros resultados.

Para Fretel (2009), diretor da Red Peruana de Comércio Justo y Consumo Ético, a definição proposta pela FINE não deixa de assumir uma visão essencialmente económica e baseada numa perspetiva eurocêntrica das relações económicas e políticas, sem considerar a realidade concreta dos produtores do Sul. Refere permanecer uma visão paternalista dos países do Norte que assumem a posição de consumidores-base e que adquirem os produtos dos países do Sul, por meio de uma cadeia comercial um «pouco» mais justa do que o mercado convencional. Salaria que permanece uma visão do Comércio Justo essencialmente Norte-Sul, quando este deveria ser um movimento em todas as direções geográficas – Norte; Norte e Sul; Sul – e tendo em conta todos os atores envolvidos na cadeia comercial.

Neste sentido, a Rede de Comércio Justo da América Latina sentiu a necessidade de ampliar este conceito incorporando a dimensão do comércio interno e as relações comerciais Sul-Sul e Norte-Norte, reconhecendo a sua dimensão territorial. Assim, em Março de 2001, o Grupo Red de Economía Solidaria del Perú¹ propõe a seguinte definição:

“Comércio Justo é um processo de intercâmbio comercial orientado para o reconhecimento e valorização do trabalho e das expectativas dos produtores e consumidores, permitindo uma melhoria substancial da qualidade de vida de todos os envolvidos, fazendo vigência aos direitos humanos e ao respeito pelo meio ambiente, dentro de uma perspetiva de desenvolvimento humano, solidário e sustentável.”

Mais do que uma tentativa de alterar a globalização das trocas, o comércio justo procura desafiar os cidadãos a refletir e questionar sobre os seus atos de compra e sobre a sociedade em que querem viver. O poder aquisitivo de cada cidadão não pode ser resumido a uma luta de preços, trata-se de defender o rendimento pelo trabalho.

A Associação Minga, defende que ser um consumidor responsável e que opta por produtos que são resultado de uma cadeia de Comércio Justo é contribuir através das opções de consumo para a equidade nos intercâmbios económicos englobando não apenas os produtores, mas todos os trabalhadores envolvidos na rede - produtores, embaladores, transportadores, retalhistas ou grossistas, consumidores; é contribuir para o uso ecológico dos recursos naturais e para a preservação do meio ambiente, seja qual for a direção da rede: de norte a sul, de oeste a este ou no sentido contrário. Ou seja, o movimento do Comércio Justo não deve assumir uma perspetiva somente internacional, mas deve, antes de mais, começar com as práticas comerciais de âmbito local.

¹ Resultado de um encontro entre as organizações de produtores e Redes de Comércio Justo da América Latina, reunidas em Março de 2001

Este é um processo de gestão global cuja elaboração implica o envolvimento de uma grande multiplicidade de cidadãos de modo a conseguir a construção de uma outra sociedade. Falamos, portanto, da exigência de uma mudança social. Uma mudança social exige mudanças nos comportamentos individuais, mas o convite ao simples comportamento individual constitui uma forma cómoda de descartar a responsabilidade política, social e ambiental (Besson, 2011). O Comércio Justo com o seu papel de alerta, de reflexão e testemunho exige a envolvência dos cidadãos, das organizações sindicais, profissionais e partidos políticos para a concretização destas mudanças sociais.

1.1.1 As críticas à proposta do Comércio Justo

Fruto do crescimento do movimento do Comércio Justo, a sua caminhada não tem estado isenta de debates. A necessidade de enfrentar novos desafios colocou em relevo diferentes pontos de vista em relação aos principais debates que caracterizam hoje este movimento e que se referem aos seus objetivos e às suas estratégias de intervenção. Assim, foram-se configurando dois principais polos de referência no movimento do Comércio Justo. Se por um lado, se verifica uma visão «tradicional e dominante», centrada na comercialização à escala internacional numa perspetiva Norte-Sul, na priorização da comercialização de produtos, na liberalização comercial e na aliança com o sector empresarial multinacional. Por outro lado, é possível encontrar uma visão «global e alternativa», que tem em consideração toda a cadeia de comercialização, numa perspetiva local, que defende a soberania alimentar e que nega a parceria com multinacionais, a venda em supermercados e a oposição ao atual modelo de certificação (Vivas, 2011).

Estes polos característicos do Comércio Justo não devem ser entendidos como balizas rígidas, uma vez que a tendência verificada é a flutuação das organizações entre um e outro polo consoante o tema e o modo como se sentem afetadas pelas problemáticas que enfrentam. Situação esta designada por Carraro (2006) como sendo «polarização dinâmica».

O presente ponto procura fazer um breve apontamento sobre os principais desafios que caracterizam hoje os debates sobre o Comércio Justo.

O *primeiro* debate recai para a necessidade da definição clara do conceito de Comércio Justo, sob risco de se assistir a uma certa banalização da noção de Comércio Justo e a perda de controlo em relação ao seu conteúdo (Johnson, 2004). Para este risco concorre fundamentalmente a proliferação de conceitos usados frequentemente como se se tratasse de sinónimos – comércio justo, comércio ético, comércio solidário, comércio responsável, comércio verde - tornando-se pouco perceptível para o consumidor a delimitação do campo de atuação de cada conceito. Neste aspeto continua a revelar-se fundamental o empenho das organizações do Comércio Justo na definição precisa do conceito, na formação e sensibilização.

A *segunda* discussão conduz-nos aos movimentos das trocas comerciais. Apesar do Comércio Justo valorizar nos seus princípios fundamentais o fomento das trocas locais, este continua a ser um discurso focado sobretudo na produção destinada à exportação e nas relações comerciais do Sul-Norte. Esta visão, ao priorizar a comercialização à escala internacional dos produtos de Comércio Justo em detrimento de uma prática baseada no diálogo local, potencia o risco de, ainda que de forma mais

atenuante, se assimilar às mesmas políticas neoliberais que, em princípio contesta (Vivas; Montagut, 2006).

Por sinal, as condições ambientais – uma das dimensões também equacionadas no movimento do Comércio Justo – acaba por, nesta lógica «internacional» ficar esquecida na tentativa de minimização do impacto negativo das trocas internacionais, dada a necessidade dos recursos (embalamento, energia, transportes, conservação, etc.) para realizar a troca. Por exemplo, na União Europeia, a refrigeração, o transporte e o armazenamento de alimentos requer, pelo menos, oito vezes mais energia do que a própria produção de alimentos (Montagut, 2006). Assim, não deveria constituir um objetivo mais sério do Comércio Justo incrementar circuitos curtos de abastecimento – mais potenciadores do desenvolvimento local, da criação de solidariedade e com menos custos ecológicos? Qual tem sido até agora o lugar para o Comércio Justo local e regional, seja no Sul, como no Norte?

Em terceiro lugar, é de referir as opções de negócio do Comércio Justo. O discurso mais tradicional e dominante do Comércio Justo tem permitido a apropriação do conceito por parte das multinacionais do agronegócio e da grande distribuição, que veem neste setor um novo nicho de mercado e uma opção de marketing empresarial.

De facto, cerca de 80% das nossas compras são realizadas nas grandes cadeias de distribuição alimentar (Vivas, 2010) e, por esse motivo, as opiniões a favor desta medida encontram um argumento de defesa, afirmando que a introdução de produtos de Comércio Justo por este canal recebesse uma estratégia mais facilitada em termos de sensibilização e aumento de vendas. No lado oposto, as opiniões argumentam que esta colaboração é essencialmente um instrumento de marketing empresarial que tem como fim melhorar a perceção que os consumidores têm acerca da respetiva multinacional vinculando-a a princípios de «justiça comercial» e «solidariedade».

Como demonstra o relatório da Agência Catalã de Consumo, *El Comerç just i la gran distribució a Catalunya* (2006):

“A opção da grande distribuição de disponibilizar nas suas prateleiras, de forma continuada, produtos de Comércio Justo, justifica-se por ficar associada a valores sociais emergentes: a solidariedade, a responsabilidade no consumo, o respeito pelo ambiente”.

Ainda neste ponto de debate, surgem outras questões mais específicas, como seja:

- Como seria a gestão de competição entre os participantes na busca por um “lugar” nas grandes superfícies?
- Como se transmitiria a mensagem de formação e sensibilização que caracteriza, a par com o pagamento de um “preço justo” o Comércio Justo? Uma vez que este se passaria a desenrolar numa grande superfície, a par com todos os outros bens e serviços, sem um atendimento particularmente individual e personalizado.
- A posição a adotar deve então passar pela sensibilização e formação para a efetiva mudança de comportamentos ou pelo incentivo ao consumo?
- Tendo em conta o esforço de sobrevivência de muitas lojas exclusivas de Comércio Justo e face à possibilidade de introduzir produtos de Comércio Justo nas grandes superfícies

comerciais, que papel assumem estas superfícies na relação com as lojas exclusivas? Um complemento ou uma alternativa? Ou seja, as pessoas que atualmente compram em lojas exclusivas de Comércio Justo complementariam o seu consumo com produtos de Comércio Justo nas grandes superfícies? Ou substituíam-no?

Em quarto lugar, o debate recai para a polémica questão da certificação dos produtos de Comércio Justo. O princípio que fundamentou a implementação da certificação de produtos de Comércio Justo foi a possibilidade de garantir a qualidade de distribuição e de venda e a transparência para os consumidores.

Cabe ressaltar que o selo de Comércio Justo atribuído pela FLO não certifica toda a cadeia de comercialização ou todos os componentes que contribuem para o produto final vendido ao consumidor. As fases de transformação, de transporte, de comercialização são da responsabilidade da empresa licenciada e não são asseguradas pelo sistema de certificação.

Nesta metodologia, há uma certa redução do Comércio Justo a uma questão de pagamento a um preço relativamente mais elevado e a uma centralização quase que exclusiva nas condições dos produtores, depreciando o trabalho de outros atores que compõe a cadeia comercial: exportadores, importadores, transportadores, transformadores e distribuidores. Esta situação abre espaço a que empresas multinacionais como a McDonalds, a Nestlé, a Starbucks entre outras tenham os seus produtos certificados com o selo de Comércio Justo FLO, mesmo quando todas as suas práticas no global não correspondem ao paradigma do comércio justo e quando de entre todos os produtos que comercializam, apenas um produto em específico é resultado de Comércio Justo.

A certificação acabou por desencadear vários efeitos perversos, como seja: 1) o custo avultado pelo serviço de certificação exclui automaticamente muitos produtores, uma vez que para obter o selo internacional FLO é necessário ter muitos clientes, estrutura e capacidade de produção para se adequar aos critérios de certificação; 2) a transmissão de uma mensagem errada de que apenas os produtos certificados é que realmente são produtos de Comércio Justo; 3) as lojas de produtos de Comércio Justo e os seus representantes que até ao momento asseguravam o papel de garantia da qualidade do produto são agora substituídos por um selo de certificação; e por fim 4) a apropriação por parte das multinacionais. Assim, qualquer loja, supermercado ou grande superfície fica legitimado a vender produtos de Comércio Justo ou a criar as suas próprias marcas de Comércio Justo e Solidário, desde que tenha a etiqueta correspondente (Montagut e Dogliotti, 2006).

A grande parte das agências de certificação reconhecidas no plano internacional, tanto na agricultura biológica quanto do Comércio Justo estão situadas nos países do Norte, principalmente nos EUA e na Europa. Assim, é entregue à FLO a legitimidade de definir o que é e o que não é um produto de Comércio Justo, sem o envolvimento dos próprios produtores e implicando, simultaneamente a padronização dos produtos e formas de produção.

Neste modelo, a comunicação entre as entidades de certificação e os produtores é medida por regras, padrões e procedimentos de rotulagem cada vez mais formalizados (Raynolds, 2002). Por sua vez, a comunicação com os consumidores é resumida a um pequeno adesivo no produto.

Por último, em quinto lugar, centra-se a questão no preço dos produtos de Comércio Justo, que como o nome indica pressupõe o pagamento de um “preço justo” pelo bem ou serviço. Mas será este preço justo, “justo” na medida do acessível a todas as pessoas? Terão todas as pessoas capacidade económica para consumir alguns dos produtos de Comércio Justo, numa situação confortável, como se tratasse de produtos de comércio convencional? Ainda que apresentem uma melhor qualidade, o certo é que são tendencialmente mais caros. Assim, indivíduos que estejam numa situação de maior fragilidade socioeconómica vão ter preferência pelo consumo de produtos mais baratos. Logo, estes indivíduos que poderiam querer pertencer a este movimento de cidadania tornam-se potencialmente excluídos, por não englobarem um importante requisito para a sua participação. Neste sentido, e enquanto o diferencial de preço assumir um poder significativo, a existência de uma gama de produtos mais baratos, mas que efetivamente respondem às necessidades do consumidor, continuará a fazer sentido e torna-se essencial que exista, de modo a que o mercado seja aberto a todos os poderes de compra.

1. 2 A proposta da Soberania Alimentar

Terminado o enquadramento teórico do conceito de Comércio Justo, importa agora fazer o mesmo exercício com o conceito de Soberania Alimentar. Este que passou a ser um dos princípios orientadores do Comércio Justo.

Os problemas relacionados com a escassez alimentar e conseqüentemente com os problemas associados à pobreza, levaram as instâncias internacionais a colocarem no centro das discussões a emergência de pensar em soluções que permitissem colmatar a insegurança alimentar vivenciada um pouco por todo o mundo. A gradual preocupação com esta problemática conduziu à assimilação internacional do termo de «segurança alimentar», isto é, assegurar a todos os indivíduos o acesso pleno aos alimentos (Montagut; Dogliotti, 2006).

Contudo, com a aplicabilidade do conceito, verificou-se que a sua intenção original se estava a tornar num grande chapéu que albergava diferentes atitudes e visões do conceito. Talvez, em parte, por também não mencionar na sua primeira definição qual o procedimento a seguir e quais os alimentos que seriam então considerados imprescindíveis. Assim, por trás das ações defensoras da «segurança alimentar» verificou-se uma multiplicidade de iniciativas – abertura dos mercados pela OMC, o aumento das importações, as ajudas humanitárias – que ao invés de procurarem dar resposta ao problema da escassez e da inacessibilidade alimentar, contribuíram ainda mais para alimentar este ciclo de dependência do mercado internacional e das ajudas externas.

Um dos argumentos frequentemente usados e que contribuiu para a reinterpretção perversa do conceito de segurança alimentar foi a defesa da ideia de que a abertura dos mercados pela OMC permitiria a entrada de alimentos importados que se apresentavam como sendo mais baratos e por isso mais acessíveis às populações de baixos recursos económicos (Holt-Giménez, 2008). Assim, seria de esperar que, num contexto de baixo poder económico por parte da população, a possibilidade de ter acesso a produtos alimentares de baixo custo, tivesse um efeito direto no objetivo descrito pela segurança alimentar.

Contudo, o verificado é que os baixos preços dos alimentos «vindos de fora» conduzem a uma competição desleal com a produção local.

Vejamos um caso em particular testemunhado por Victor Nzuzi Mbembe (2007) - Agricultor e Presidente do Grupo de Reflexão e Apoio para a Promoção Rural na República Democrática do Congo.

Nos campos agrícolas do Congo encontra-se um sistema de múltiplas culturas. Produzem mandioca que faz parte da sua produção histórica, mas também feijão, milho, batata-doce e bananas. No que se refere à comercialização, o grande desafio que enfrentam são os produtos altamente subsidiados vindos da Europa e dos Estados Unidos e que competem com a produção local. Apesar dos produtos de auto-consumo não serem os mesmos, nos mercados entram em concorrência com o pão de trigo e o arroz que são mais baratos. Ao nível da criação de gado há uma concorrência direta com o frango que vem da França, Bélgica, Brasil e Argentina e com a carne de porco e vaca que vem da Europa.

Este é um cenário com múltiplas dificuldades associadas. Trata-se de um país em que o setor da saúde e da educação foram setores privatizados. Nestas circunstâncias as famílias vendiam a sua produção agrícola, os seus animais ou a sua extração piscatória para conseguir algum dinheiro e assim ter acesso a serviços de saúde e de educação. No entanto, agora a produção local compete com as importações europeias e dos Estados Unidos, cujos preços altamente subsidiados, representam um preço muito mais barato e de maior atratividade para as populações (Mbembe, 2007).

Os exemplos sobre o problema da introdução de produtos altamente subsidiados em situação de concorrência direta com os produtos de comércio local poderiam continuar: o arroz no Haiti, o milho no México, a soja e o arroz na Indonésia (Vivas, Montagut, 2011).

Trata-se de países que passaram de uma situação de país exportador a uma situação de país importador - Países agrícolas e importadores de bens agrícolas. Países que até há 40 anos eram autossuficientes e tinham ainda excedentes de produtos agrícolas e que hoje, na sequência da sua entrega aos programas de ajustamento estrutural e da concessão de subsídios agrícolas no Norte, se vêm totalmente dependentes do mercado internacional e de braço dado com um jogo de difícil competição entre produtos de comércio local e os produtos oriundos do exterior (Holt-Gieménez, 2008).

Outra reinterpretação do conceito de segurança alimentar, consistiu no argumento de que o aumento generalizado da produção conduziria, conseqüentemente, a uma maior disponibilidade de recursos alimentares para todas as pessoas (Montagut; Dogliotti, 2006). Entre os anos 60 e 90 assistiu-se a um período de aumento significativo da produção alimentar. Este período, designado por Revolução Verde, consistiu na invenção e disseminação de novas sementes e práticas agrícolas com o objetivo de modernizar a agricultura e aumentar a produção.

Tratou-se de um programa idealizado para aumentar a produção agrícola por meio do uso intensivo da terra, da industrialização e mecanização da forma de produção, na produção em massa de produtos agrícolas, na utilização de produtos químicos para maior controlo da produção, na redução do custo de laboração e na modificação genética de sementes - desenvolvidas em laboratório, cujo objetivo foi o de desenvolver a sua capacidade de resistência a diferentes tipos de pragas e doenças e potenciar a sua produtividade.

Sob o lema “salvar um bilhão de pessoas da fome”² este conjunto de inovações na produção agrícola prometia aumentar significativamente a produtividade agrícola e resolver o problema da fome sentida em muitos países em desenvolvimento.

Se numa primeira análise os resultados foram de sucesso, com o desenvolvimento de tecnologias que atingiram maior eficiência na produção agrícola e com um aumento significativo do rendimento da terra, representando um aumento de 11% da produção agrícola mundial, por outro lado o número de pessoas subnutridas no mundo aumentou igualmente 11% (Vivas; Montagut, 2011).

Este diagnóstico explica-se porque a produção de alimentos segundo estes moldes, apesar de localizada sobretudo nos países em desenvolvimento, destinava-se principalmente aos países mais ricos e industrializados como os Estados Unidos, Japão e países da União Europeia (Ferreira, s.d). A este desequilíbrio entre a abundância de uns e a ausência de recursos sentida por outros, alguns autores avançam com a correlação entre *the overserved and the underserved* (Holt-Giménez, 2011) e *the stuffed and the starved* (Patel, 2012)

Este processo de «modernização da agricultura» para além de não ter resolvido o problema da fome, desencadeou muitos outros problemas. Registou-se a dependência do agricultor face aos proprietários das sementes, promoveu a devastação de florestas, provocou a erosão dos solos e a perda de 90% da biodiversidade, alterou a estrutura agrária, contaminou as terras e águas, gerou problemas ao nível de saúde, quer para agricultores, quer para os consumidores e provocou o êxodo rural de milhões de agricultores e trabalhadores do setor alimentar (Vivas; Montagut, 2011).

Como assinalam Rosset, Collins e Moore Lappé (2000):

“O aumento da produção, o cerne da revolução verde, não é por si suficiente para erradicar a fome porque não altera o esquema de concentração do poder económico, do acesso à terra ou do poder aquisitivo (...) a quantidade de pessoas que sofrem de fome só pode ser reduzida redistribuindo o poder aquisitivo e os recursos aos que sofrem de subnutrição (...). Se os pobres não têm dinheiro para comprar alimentos, o aumento da produção não serve para nada”

Como a Revolução Verde requer a existência de capital por parte dos produtores para a aquisição das sementes e outros instrumentos necessários, beneficia primeiramente os produtores de média e grande escala. Por sua vez, os pequenos produtores, com dificuldade em adaptarem-se às novas técnicas de produção, não atingindo a produtividade suficiente para competir com a «grande máquina

² Norman Borlaug (1970) vencedor do prémio nobel da Paz em 1970 é creditado por “saving a billion people from hunger” na sequência da sua investigação sobre técnicas de produção de alta produtividade. Permitiu a disseminação de sementes geneticamente modificadas e de alta produtividade, fertilizantes, pesticidas, formas de produção em massa, mecanizadas e industriais.

produtiva» acabaram por contrair alguns empréstimos numa tentativa de acompanhar o ritmo ou entram em falência resultando num deslocamento massivo dos camponeses para as cidades (Holt-Giménez, 2017). As vagas migratórias têm constituído uma alternativa, sobretudo em contextos associados à produção agrícola e à atividade piscatória. Estas atividades tendem a deixar de conseguir absorver mão-de-obra, para passar a excluir homens e mulheres, tendo um forte impacto na desertificação e na extinção de certas atividades.

Estas «políticas de desenvolvimento» que são resultado da privatização do material desenvolvido pelos camponeses ao longo dos milénios (Holt-Giménez, 2017) colocaram em risco um sistema sustentável de produção local de alimentos, dando lugar a um modelo de produção industrial intensivo e sujeito aos interesses capitalistas (Vivas; Montagut, 2011).

Tendo em conta os efeitos perversos das interpretações do conceito de segurança alimentar, o ocidente chegou à frente com o conceito de salubridade alimentar em substituição do termo segurança alimentar. Tratou-se de um conceito que colocou o cerne da questão nas condições da produção alimentar, procurando assegurar que estas não fossem uma fonte prejudicial para a saúde dos consumidores (Vivas; Montagut, 2011). No entanto, os elementos que caracterizam atualmente o sistema de produção de alimentos – intensivo, industrial, quilométrico, dependente do petróleo - parece também não estar em consonância com o que o conceito procurava defender:

Intensivo porque realiza uma exploração excessiva dos solos e dos recursos naturais. Coloca a produtividade à frente do respeito pelo ambiente e pela regeneração da terra.

Industrial porque recorre a um modelo de produção mecanizado, que recorre à utilização de produtos químicos e às monoculturas para maior controlo e aceleração da produção. Além de que a queima das florestas e das matas para transformá-las em monoculturas afeta a biodiversidade e contribui para a libertação de carbono.

Quilométrico e dependente do petróleo porque se trata de uma produção deslocalizada, baseada na mão-de-obra barata e numa legislação ambiental negligente. Atualmente, grande parte dos alimentos que consumimos percorrem milhares de quilómetros antes de estarem ao nosso alcance, com o conseqüente impacto ambiental dos combustíveis fósseis no seu transporte.

Com o tempo, os produtores e agricultores haviam elaborado outra estratégia, designada por soberania alimentar. O termo soberania alimentar foi abordado pela primeira vez na cimeira World Food em 1996 em Roma. Desde então, vários têm sido os cenários em que o termo ocupou um lugar central nas discussões dos movimentos ativistas em torno da alimentação. De uma ideia que emergiu de uma série de diálogos entre pequenos produtores militantes – sobretudo membros da Via Campesina – a um movimento camponês que é hoje debatido numa série de documentos em que agências e entidades internacionais como a FAO, a The World Food Programme e a The International Found for Agriculture Organization empregaram este termo. Por sua vez, países como a Bolívia, o Equador, Mali, Nepal, Senegal e Venezuela adicionaram o conceito de soberania alimentar nas suas respetivas constituições e um conjunto volumoso e diversificado de organizações da sociedade civil associadas à questão alimentar, consagraram a conquista da soberania alimentar como um princípio orientador da sua atividade (Akram-Lodhi, 2013).

Apesar de algumas tentativas de apropriação do conceito de soberania alimentar, existe uma versão amplamente partilhada acerca do que se entende por este conceito, sendo a Via Campesina o seu primeiro e principal porta-voz. A Via Campesina (2003) entende que o caminho a seguir para contrabalançar os efeitos do atual sistema de produção alimentar – agroindustrial – e o atual sistema económico que assume como prioridade a geração de lucro acima das pessoas e da sua qualidade de vida, passa pela devolução aos pequenos produtores dos seus direitos sobre a terra, a água, as sementes. Por isso, conforme defendido pela Via Campesina e como o próprio termo indica, o conceito de soberania alimentar corresponde ao direito de autonomia que cada povo e Estado devem ter ao nível da definição das suas próprias políticas agrícolas e alimentares, assumindo seis componentes interligados e inseparáveis (Akram-Lodhi, 2013):

1. O foco na alimentação para as pessoas: o direito de acesso de todos os indivíduos a uma alimentação suficiente, saudável e dentro dos padrões culturais de cada comunidade.
2. A valorização dos produtores: valorização e respeito dos direitos dos homens e mulheres que cultivam, colhem e processam a alimentação e rejeição de todas as políticas, ações e programas que os subestimam e/ou ameassem a sua subsistência;
3. Relocalização do poder de decisão: os produtores e consumidores são o centro da tomada de decisões sobre questões relacionadas com a alimentação e rejeita as estruturas de governança que dependem do comércio internacional. A soberania alimentar devolve o controlo às populações sobre o território, a água, sementes, gado e peixe e rejeita a privatização dos recursos naturais;
4. Constrói conhecimento e competências: baseia-se nos conhecimentos e competências dos produtores locais de alimentos e das suas respetivas organizações. Promove a conservação e desenvolvimento de sistemas locais e tradicionais de produção e colheita de alimentos e rejeita as tecnologias que o prejudicam;
5. Trabalha em consonância com a natureza: rejeição de métodos que prejudicam o ciclo natural de produção, que dependam de monoculturas e pecuária intensiva e que façam uso de métodos de produção altamente industrializados.

Mantendo o respeito pela diversidade cultural e produtiva defende, assim, o desenvolvimento de um modelo de produção em pequena escala, que priorize a produção e o consumo de alimentos locais. Procura proteger os produtores locais das importações baratas e segundo os interesses das grandes multinacionais.

O conceito de soberania alimentar apresenta-se como um conceito que vai para além das exigências em termos de segurança alimentar e que reclama não apenas o «direito a comer» mas questiona as atuais políticas agrícolas e alimentares, o monopólio industrial e a privatização dos recursos naturais (Vivas, 2011).

A rejeição face à agricultura industrial e a tendência para as crescentes privatizações encabeçadas pelo neoliberalismo, levou a que muitos defensores da soberania alimentar adotassem outros conceitos complementares, como é o caso da «justiça alimentar» «boa alimentação» «democracia alimentar» «direito à alimentação». Recentemente, alguns académicos e economistas introduziram a noção da

alimentação como um «bem público». Ou seja, algo que está disponível a toda a comunidade e que ninguém deverá ficar excluído da sua utilização e benefício (Akram-Lodhi 2013a).

O objetivo primeiro da Soberania Alimentar é, porém, o alcance de um sistema alimentar favorável ao meio ambiente e que não exclua ninguém da alimentação, porque este é um direito básico de todos os cidadãos (Akram-Lodhi 2013a).

1.2.1 As críticas à proposta da Soberania Alimentar

A soberania alimentar, enquanto conceito alternativo e quando analisado de forma aprofundada verifica-se que os pressupostos em que assenta correspondem à hipótese de existência de um mundo que atualmente não é o modelo dominante e que não poderá ser (re)constituído no imediato. A definição de soberania alimentar para dar resposta aos seus cinco principais componentes seria necessário que produtores e consumidores fossem completamente independentes e autónomos sobre as suas opções de produção e consumo (Akram-Lodhi, 2013). Contudo, tendo em conta o incentivo a que estamos sujeitos atualmente para a prática de um consumo de escala global, é questionável se seremos capazes de ser independentes e soberanos no que diz respeito à tomada de decisões sobre as opções alimentares.

Não é possível ignorar os efeitos da globalização, quer nas trocas comerciais, quer nos nossos interesses de consumo, nem a existência de grandes superfícies comerciais como um local de aquisição de bens e serviços, nem a existência de grandes multinacionais e a sua atual forma de produção industrial alimentar, nem o controlo atualmente existente por parte do Estado na gestão das terras e outros recursos. Há, portanto, uma série de condições que hoje caracterizam o nosso sistema de produção-consumo que não podem ser deixadas de fora quando se procura promover um modelo alternativo a este sistema.

Por outro lado, a soberania alimentar requer a autonomia dos produtores e comunidades sobre os seus recursos – terra, água, sementes, entre outros - mas não explicita sobre o tipo de mudanças estruturais necessárias para conseguir esse retorno de poder aos atores principais deste movimento.

A soberania alimentar requer ainda que as pessoas e comunidades sejam capazes de usar os seus direitos individuais e coletivos (Patel, 2007) e se envolvam ativamente pela sua reivindicação. Todavia, em muitos lugares do mundo há interesses de classe e de Estado que procuram impedir/restringir as pessoas de reivindicarem os seus direitos para assim reduzir o envolvimento público.

Portanto a proposta da soberania alimentar requer uma diferente abordagem do tipo atual de democracia – uma democracia que não aceita a primazia dos interesses de classe, mas que facilita o acesso ao conhecimento e a capacidade de homens e mulheres de exercer a autonomia necessária para reivindicar plenamente os seus direitos individuais e coletivos. A soberania alimentar requer uma soberania popular necessária para assegurar que os cidadãos tenham independência, exclusividade e autoridade sobre um espaço significativamente mais amplo que o da comida (Akram-Lodhi, 2013).

1.3 A complementaridade entre conceitos: Comércio Justo e Soberania Alimentar

Enquanto a soberania alimentar apresenta um paradigma alternativo ao atual sistema de produção alimentar, desde a produção até ao consumo, passando pela distribuição. O Comércio Justo por sua vez incide apenas numa parte da cadeia, com foco na comercialização e distribuição, mesmo que tenha em conta todos os elos da cadeia. No interior das suas especificidades, ambas concordam em dar prioridade ao campesinato autónomo, à agricultura local, aos circuitos curtos de comercialização, ao combate às empresas multinacionais e defendem a retirada da agricultura do domínio da OMC (Vivas, 2011). Defendem que tanto os preços como a produção devem ser regulados mediante as necessidades locais e não por um mecanismo de mercado dominado pelas grandes multinacionais (Montagut; Dogliotti, 2006). O enfoque nos mercados locais defende o uso da terra para a produção de alimentos e não para a produção de monoculturas; os recursos marinhos costeiros devem ser explorados pela pesca local e não pela pesca destrutiva; os territórios para a pastorícia devem ser usados para a criação de gado, etc. (Montagut, 2011).

Em meados dos anos 90, a adoção pelo Comércio Justo do termo Soberania Alimentar como um dos seus princípios orientadores marcou um momento de viragem na conceptualização e prática do movimento. O Comércio Justo passou nesta fase a defender os seus princípios numa ótica de trocas locais e de proximidade, abandonando a conceção que dominou o movimento até então em que assentava numa visão do «Norte Consumidor» adquirir produtos ao «Sul Produtor».

Um Comércio Justo é impossível sem o marco político da soberania alimentar. Se permanece a existência de um cenário em que os produtores não têm acesso aos recursos naturais (água, terra, sementes); se os consumidores não são independentes no que diz respeito às opções alimentares; se os Estados não são soberanos na definição das suas políticas agrícolas e alimentares, significa que as trocas comerciais continuam a ser lideradas pelas empresas multinacionais e pelas elites políticas, cujos interesses privados e com o objetivo da geração de lucro se sobrepõe às necessidades coletivas. Por isso, se se reúnem estas condições, não existe um comércio justo (Vivas, Montagut, 2011).

No entanto, não esquecendo a experiência acumulada pelo Comércio Justo à escala internacional, com trocas que envolvem um grande número de atores, a soberania alimentar não é incompatível com a existência deste intercâmbio, apesar de enfatizar a produção local para os mercados locais. As trocas internacionais para aqueles produtos que não se produzem no Norte e que tenham de ser importados do Sul ou vice-versa continuarão a ser necessários (Vivas, Montagut, 2011). O Comércio Internacional deve, assim, ser mantido como um complemento e não um substituto ao comércio local.

Capítulo II. Comércio Justo, uma expressão da Economia Solidária

Em capítulo anterior apresentámos uma leitura sobre os dois principais conceitos em torno dos quais a presente dissertação se desenvolve, sendo eles o conceito de Comércio Justo e o conceito de Soberania Alimentar.

Tratando-se de dois conceitos aliados a alguns dos temas pelas quais as diversas práticas e conceptualizações da Economia Solidária aparece associada, este segundo capítulo reserva-se a uma análise sobre a articulação de conceitos.

Ainda neste capítulo são apresentados três projetos que, integrados na dinâmica da Economia Solidária e sendo resultado da organização coletiva de vários produtores com um problema em comum, promoveram uma forma alternativa de produção e consumo, dando assim resposta à dificuldade sentida por muitos no escoamento dos seus produtos.

2.1 A Solidariedade na abordagem económica

A relação entre o lado solidário e o lado empresarial da economia explica-se precisamente pela insatisfação generalizada de produtores e consumidores com o sistema capitalista, face à manifestação dos efeitos negativos da globalização, à crise do sistema de trabalho assalariado, à preocupação em escapar ao desemprego e ao trabalho precário.

E por vezes esta insatisfação dá lugar à procura de soluções alternativas ao sistema capitalista, baseadas noutros princípios que não o lucro e a concorrência e integradas numa sociedade empenhada em maximizar o bem-estar social e humano (Hespanha, 2009). O termo Economia Solidária terá surgido justamente num contexto de incapacidade por parte do Estado e do Mercado conseguirem dar resposta a todas as necessidades das pessoas, surgindo assim um conjunto de organizações muito diversas entre si, por iniciativa da sociedade civil, e que apresentam uma forma de organização de atividades, de produção e distribuição e prestação de serviços distintas destes dois agentes económicos dominantes (Quintão, 2004). De acordo com Theodor Levitt (1973 cit in. Ferreira, 2009:173) “estas iniciativas faziam, ou exigiam que fosse feito, aquilo que o Estado e o mercado não faziam, não faziam bem ou não faziam com a frequência suficiente”.

Amaro (2009:15) define a Economia Solidária como sendo as “atividades económicas que se referenciam pela procura nuclear de práticas de solidariedade (...) ou seja em que a lógica de cooperação se sobrepõe à de competição e de procura de lucro”. Gaiger (2009) destaca ainda a forma como a Economia Solidária explora os recursos provenientes dos indivíduos e das suas redes de relações, mas sem os desvalorizar ou promover a perda do seu carácter próprio.

Como assinala Amaro (2009) a Economia Solidária encontra-se atualmente esplanada em temas e em práticas como algumas das questões que estão associadas à criação de emprego pelos próprios desempregados; à agricultura de modo de produção biológica; às práticas de desenvolvimento sustentável (de salientar o campos das energias renováveis, da separação e recuperação de lixo) às novas modalidades de financiamento alternativo (como é exemplo o microcrédito acompanhado e a banca ética); às diversas manifestações dos circuitos de comércio justo (internacional e intranacional);

aos clubes de troca e outros sistemas de trocas solidárias; ao turismo solidário; às cantinas sociais; aos grupos culturais que promovem a recuperação das culturas, dos patrimónios e das identidades locais, entre muitas outras formas.

Esta multiplicidade de atividades pode apresentar-se como sendo demasiado complexa e ampla para se poder associar a um conceito preciso e bem delimitado. De facto, não é qualquer tipo de atividade com as designações anteriormente mencionadas que fundamenta o conceito de Economia Solidária, mas sim um certo conjunto de características-chave que aparecerem associadas a todas aquelas atividades e que ajudam a construir o conceito (Amaro et al., 2009).

Para o CIDAC (2019a) que se tem dedicado a compreender e sistematizar o conhecimento em áreas de investigação relacionadas, não apenas, mas também com a Economia Solidária, explica que as características-chave que fundamentam o conceito de Economia Solidária, realçam alguns pontos fundamentais, como seja:

- a) Valorização do trabalho através da concretização de relações de trabalho cooperativas, democráticas e criativas, baseadas na autogestão no seio dos empreendimentos;
- b) a promoção da autonomia, individual e de grupo no contexto da comunidade a que se pertence, baseada no pensamento crítico e na coresponsabilidade;
- c) a visão para além do grupo, ou seja, no desenvolvimento das comunidades a vários níveis, a começar pelo local;
- d) a iniciativa produtiva como resposta às necessidades das pessoas e das comunidades e não como meio de gerar lucro, independentemente do que se produz, para quem e de que forma.

O grupo de trabalho *Sistema do Comércio Justo e Solidário* criado em 2006 no Brasil e que resultou na elaboração dos Termos de Referência do Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário, sublinha que a economia solidária compreende um conjunto muito diverso de atividades económicas de produção de bens e serviços, distribuição, consumo e finanças, concretizadas por meio dos princípios da cooperação e da solidariedade. Tratam-se de milhões de iniciativas económicas, rurais e urbanas, em que os trabalhadores se organizam coletivamente e sob formas muito diversas e inovadoras: associações e grupos de produtores ou consumidores, cooperativas de agricultura familiar; cooperativas de prestação de serviços, redes de produção, instituições de finança solidária, clubes de trocas, entre outras. Ou seja, as iniciativas enquadradas no âmbito da Economia Solidária representam uma alternativa baseada na solidariedade e na reciprocidade às respostas já instituídas (Amaro et al., 2009). Os movimentos e práticas sociais de resistência ao sistema capitalista, como é exemplo a Economia Solidária, servem de fundamento a uma mudança profunda de paradigma.

Uma das iniciativas enquadradas neste quadro corresponde ao movimento do comércio justo. Um movimento que na sua génese nasceu por iniciativa da sociedade civil e que procura trazer para o seio das trocas comerciais, valores de confiança, de justiça, de equidade, de solidariedade e cooperação. Valores estes que se estendem ao longo de toda a cadeia comercial, da produção ao consumo.

Segundo Braudrillard (1995:15) um dos fenómenos mais visíveis das sociedades ditas desenvolvidas a partir da segunda metade do século XX é a sua predisposição para o consumo:

“À nossa volta, existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo e da abundância, criada pela multiplicação dos objetos, dos serviços, dos bens materiais, originando como que uma categoria de mutação fundamental na ecologia da espécie humana. Para falar com propriedade, os homens da opulência não se encontram rodeados, como sempre acontecera, por outros homens, mas mais por objetos”

É neste contexto, onde se verifica uma tendência para consumir de forma cada vez mais irrefletida e inconsciente, que surge a intenção pelo movimento do Comércio Justo e da Soberania Alimentar de incutir nas suas lógicas de atuação uma vertente de sensibilização e consciencialização para a prática de um consumo mais responsável. Por exemplo por meio do fomento dos mercados locais, da escolha por materiais mais duráveis e recicláveis, pela redução do consumo, pela preferência de produtos biológicos, pela procura de informação sobre a origem dos produtos (onde, quem e em que condições foi produzido) e pela procura de alternativas mais justas e responsáveis.

Neste âmbito, Mance (2002) introduz a ideia de «colaboração solidária» que representa uma estratégia que articula vários atores segundo o princípio da solidariedade “num movimento de realimentação e crescimento conjunto, autossustentável, antagónico ao capitalismo e que promove o bem-viver de todos que a ela se integram” (Mance, 2002:37).

A multiplicação continuada dos comportamentos de «colaboração solidária» resultam na ideia de uma «rede de colaboração solidária». Isto é, uma articulação entre diversas unidades que trocam informações entre si, fortalecendo-se reciprocamente. Funcionam como um “sistema aberto com capacidade para se multiplicar em novas unidades, envolvendo um número cada vez maior de pessoas no lugar onde opera e com forte potencial de expansão, ou seja, a criação de outras redes, expandido para outros territórios, e que cada nova rede seja parte de outra, mas mantendo a conexão entre elas, fazendo parte de uma única rede” (Melo, 2015:29).

Todos estes conceitos - consumo responsável, colaboração solidária e rede de colaboração solidária - reproduzem algumas das formas de expressão pelas quais o comércio justo e a soberania alimentar se manifestam. Por sua vez, todas estas manifestações de atuação e os seus conceitos aglomeradores representam um dos muitos temas e questões pelas quais as diversas práticas da Economia Solidária aparecem associadas, nomeadamente no seu projeto ambiental que visa, entre outros objetivos, a sensibilização e formação para a adoção de novos comportamentos de consumo e de relação com a Natureza (Amaro et.al., 2009).

Será através da reorganização do sentido de produção/consumo que a sociedade poderá migrar do atual sistema económico capitalista para um outro sistema económico alternativo, baseado na economia solidária (Melo, 2015).

A diversidade de influências e de manifestações em torno do conceito e práticas de Economia Solidária, sobretudo nos países do Sul, tem contribuído para que este se revista de uma enorme riqueza, criatividade e inovação nas ideias informais que vão surgindo. Como sublinha Amaro (2009) os caminhos da Economia Solidária nos países do Sul cruzam-se com outros processos, como os seguintes: os *movimentos de resistência dos trabalhadores e das suas organizações sindicais*, em resposta aos processos de deslocalização produtiva e do encerramento de empresas e respetivos

despedimentos; os *novos movimentos sociais*, como os que decorrem dos circuitos de comércio justo, dos sistemas locais de troca, com ou sem utilização de moedas próprias; dos *grupos e das atividades de camponeses sem terra* (Brasil e México) das *experiências do orçamento participativo* (a partir de Porto Alegre, no Brasil), entre outros.

O que começa a revelar-se decisivo é que o Comércio Justo nos países do Sul tem estado a avançar qualitativamente. São várias as organizações que na América Latina trabalham para tornarem possíveis as relações de intercâmbio mais justas no interior dos países:

No México, surge a central de cooperativas OSIRIS e Comércio Justo México que para além de exportar produtos de comércio justo, tem promovido também a elaboração de um selo de certificação de Comércio Justo de âmbito nacional e um sistema de comercialização nacional. No Chile, as organizações de mulheres Comprando Juntas, têm procurado vincular os produtores e consumidores por meio de uma relação mais próxima, enquanto a Rede de Economia Solidária de Santiago promove a realização de várias feiras de consumo responsável na cidade onde estes dois atores principais – consumidores e produtores – tenham a possibilidade de se relacionar. No Brasil, surge a Feira Cooperativa de Santa Maria, onde além da troca de produtos, há também um importante e rico processo de troca de saberes. A este conjunto de iniciativas, somam-se outras experiências de troca por meio de uma moeda social, desenvolvidas na Argentina, México, Brasil e Uruguai (Fretel, 2009). São, de facto, várias as iniciativas e experiências que têm surgido na última década nos países da Comunidade Andina

Face a este crescimento, surge em Outubro de 2004 a Mesa de Coordenação Latino-americana de Comércio Justo, com o objetivo de promover o Comércio Justo Sul-Sul, ao mesmo tempo que permanecem outras redes regionais como a Coordenação Latino-americana de Pequenos Produtores de Comércio Justo (CLAC) e a Rede Latino-americana de Comércio Comunitário (RELACC) (Laville, 2009, Fretel, 2009).

Como teremos oportunidade de analisar em capítulo posterior, também o projeto que serviu de estudo de caso à presente dissertação se insere na dinâmica da Economia Solidária. Uma associação sem fins lucrativos - Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta – que surgiu por iniciativa de um grupo de pescadores e que assume como objetivo a representação, a defesa e promoção de todos os seus associados. Através da associação, são comercializados cabazes semanais de peixe – O Cabaz Fresco Mar – que propõe uma forma alternativa de comercializar peixe, garantindo um produto de qualidade ao cliente e um preço justo ao pescador.

2.1.1 A Proximidade e a Confiança nas relações de Comércio Justo

Quando se fala neste tipo de iniciativas que surgem por iniciativa da sociedade civil importa falar em proximidade e confiança, duas forças que tanto têm vindo a beneficiar a implementação de iniciativas que decorrem dos circuitos de comércio justo e dos sistemas locais de troca.

A proximidade define-se pelo facto de esta ser “sentida, experimentada, interiorizada pelos atores” (Laville, 24:2009). Nilsson (2009) indica que Murphy com o seu trabalho *Building trust in economic space* (2006) foi um dos poucos geógrafos a discutir a relação que se estabelece entre o processo de formação de confiança e o espaço em que esta potencialmente se desenvolve. O autor apresenta uma

estrutura que mostra o processo de construção de confiança ao longo de três escalas: macro, meso e micro. Isto significa reconhecer a natureza complementar da proximidade geográfica e não geográfica e as interdependências entre as diferentes escalas geográficas. Nilsson (2019) reconhece que a proximidade não se limita a um espaço confinado e delimitado, mas que corresponde a um campo contínuo, dentro do qual imensas redes sociais são formadas e em que ocorrem trocas e partilhas entre os seus atores.

Dentro destas imensas redes sociais, relações de confiança podem surgir entre os seus atores. A confiança pode ser definida, em termos gerais, como a capacidade para aceitar estar vulnerável junto dos outros porque se mantém uma expectativa positiva sobre as suas intenções e comportamentos (Rousseau, 1998 in Nilsson, 2019).

Numa tentativa de vincular a proximidade ao conceito de confiança, Nilsson (2019) considera a existência de 5 tipos de proximidade: 1) *Proximidade Geográfica*, referente à distância física entre os atores; 2) *Proximidade Cognitiva*, forma como os atores percebem, interpretam e avaliam o mundo de acordo com modelos e categorias mentais; 3) *Proximidade Social*, referente ao grau em que os atores compartilham relações pessoais, muitas vezes por meio de interações passadas; 4) *Proximidade institucional*, relacionada à existência de um quadro institucional comum a nível macro (regras, convenções, códigos de comportamento). 5) *Proximidade Cultural*, referente à partilha de uma língua, padrões de comportamento, comunicação e normas entre os atores.

Estas dimensões da proximidade estão intimamente inter-relacionadas e, em muitos casos reforçam-se mutuamente. Para ilustrar, a proximidade cognitiva é uma pré-condição para uma comunicação mais fluída e significativa. Esta condição infere que, onde há maior proximidade cognitiva, haverá, potencialmente, maior proximidade social.

A evolução da confiança de um nível Fraco/Frágil para um nível Profundo/Robusto ocorre ao longo do tempo conforme as relações são reforçadas através da partilha de relações e de experiências. A dimensão temporal revela-se, por isso, fundamental para compreender o processo de confiança e a sua transição entre um nível inicial e um nível consolidado. Esta transição será o resultado de uma interação contínua ao longo do tempo e influenciada por três aspetos: 1) duração da relação; 2) frequência da interação; 3) tipo de interação (Nilsson, 2019).

Apesar da construção de uma relação de confiança não estar inerentemente associada à proximidade geográfica é certo que constitui um aspeto facilitador, uma vez que os protagonistas têm maior probabilidade de interagir, de o fazerem com mais frequência, com mais intensidade e mais no modo «cara-a-cara». Portanto, à medida que os atores interagem ao longo do tempo – a crença, a confiabilidade, a empatia, a integridade – com a outra parte são desenvolvidas. Porém, esta proximidade pode centrar-se noutros aspetos, por exemplo por meio de um quadro de relações já construídas no passado ou pelo facto de partilharem histórias ou memórias. Os elementos que constituem a proximidade podem não ser fisicamente relevantes, mas «virtualmente» contínuos.

Este ponto procura cruzar os limites da dimensão «local». Será esta confinada a um espaço físico em concreto ou, conforme o referido anteriormente, estende-se conforme também se estende o património subjetivo das relações?

Se por um lado a dimensão geográfica facilita o estabelecimento de uma relação de confiança entre quem produz e quem consome, uma vez que permite o contacto direto entre atores, a troca contínua de impressões, aumentando por isso a probabilidade de se alcançar um nível profundo de confiança. Por outro lado, o indivíduo consegue, por meio do seu património cultural, convicções e relações sociais, fazer transportar esta proximidade para além da delimitação de um território, fazendo-se sentir perto, mesmo estando geograficamente distante. E, portanto, as questões da crença, da confiabilidade, da empatia e da integridade, são igualmente desenvolvidas entre ambas as partes.

Esta reflexão poderá ser transportada para o ciclo das trocas comerciais de comércio justo, promotores de proximidade e confiança entre os seus atores. Quando existe uma pertença cultural, social e/ou emocional por parte dos consumidores face a determinados produtos/origem dos produtos que são produzidos geograficamente longe, o indivíduo encontra nesta possibilidade de consumo uma oportunidade de se sentir geograficamente perto.

Nesta reflexão consideramos importante cruzar com a definição de globalização avançada por Boaventura Sousa Santos: “Um processo pelo qual determinada condição ou entidade local estende a sua influência a todo o globo e, ao fazê-lo desenvolve a capacidade de designar como local outra condição social ou entidade rival” (1997:14).

E neste caso, a proximidade ultrapassou todas as barreiras instituídas pela geografia, mas ainda assim permanece o sentimento de se estar a consumir um produto «local».

2.2 Construir algo novo: experiências concretas de comércio alternativo

A construção do Comércio Justo a partir de práticas locais e com o marco político da soberania alimentar procura provar que outro modelo de produção, distribuição, comercialização e consumo são possíveis. A ênfase na produção e consumo local coloca em destaque a prioridade que deve ser assegurar em primeiro lugar o abastecimento local de alimentos.

Desta forma, o comércio-justo que inicialmente é concebido a partir de uma crítica nas relações Norte-Sul, alarga-se a dinâmicas Sul-Sul e Norte-Norte. Os ativistas deste movimento abrangem nas suas militâncias a preocupação em reduzir os custos ecológicos ligados ao transporte de longas distâncias, assim como o progresso no sentido de uma economia de âmbito regional (Laville, 2009).

No âmbito do desenvolvimento destas iniciativas de produção e consumo local, surgiu a necessidade de desenhar com os próprios produtores locais novas estratégias que possibilitassem, de uma forma original e inovadora, superar as dificuldades sentidas em termos de produção e comercialização, oferecendo-lhes a possibilidade de se organizarem localmente para encontrarem novas formas de mobilização e valorização de recursos.

Seguem-se agora alguns exemplos de iniciativas práticas que, mediante os desafios enfrentados num contexto de concorrência com as grandes superfícies comerciais e com o poder absoluto de empresas e governos, procuram sensibilizar e incentivar ao consumo de produtos locais:

Nos concelhos de Palmela e Sesimbra, na sequência das dificuldades sentidas pelos pequenos produtores no escoamento dos seus produtos nos locais habituais de venda - face à concorrência com as grandes superfícies comerciais – resultando na comercialização informal ou no abandono das terras agrícolas, surgiu o *Projeto PROVE – Promover e Vender*. Um projeto de cooperação interterritorial que

se apresenta como uma metodologia alternativa de escoamento de produtos e que visa incentivar a comercialização de proximidade, recorrendo à venda de cabazes previamente encomendados e entregues quinzenalmente. Esta estratégia de comercialização fomenta a relação produtos/consumidor, reduzindo a existência de intermediários na cadeia de comercialização e, conseqüentemente, a obtenção de um preço final mais justo para os produtores e melhor qualidade de produto para os consumidores.

No Equador, num contexto marcado pelo gradual estabelecimento de acordos entre as grandes empresas agroalimentares e as organizações camponesas – uma proposta vendida como uma novidade e uma prática de «responsabilidade social» quando na verdade deixam os mercados locais cada vez mais à mercê dos monopólios que controlam a produção agroalimentar camponesa – surge a iniciativa *Alimenta-te Equador*, promovida pela Mesa Agrária. *Alimenta-te Equador* tem como principal objetivo a substituição das compras em grandes empresas pela comercialização no mercado local, sugerindo que esta substituição tivesse como um primeiro espaço de atuação e sensibilização o abastecimento alimentar nos refeitórios escolares, unidades de saúde e outros espaços públicos.

Na Suíça nos anos 70 registou-se um período de estagnação dos preços da produção agrícola, a pouca abertura para a agricultura biológica e a necessidade de o governo subsidiar os agricultores para ajudá-los a suportar os aumentos dos custos de produção e do custo de vida. Os agricultores chegaram a um contexto em que dependiam dos subsídios de bancos e do Estado, enquanto paralelamente os grandes distribuidores desenvolveram-se e tornaram-se cada vez mais poderosos. Foi neste clima que surgiu o *Les Jardins de Cocagne* em 1978.

Esta experiência tem como objetivo a organização de cabazes compostos por vegetais da época, frescos e biológicos de produtores locais. Atualmente envolve 400 famílias de Genebra com 40 pontos de distribuição em toda a cidade. Os consumidores são simultaneamente associados da cooperativa e assinam todos os anos um contrato que lhes dá direito a uma parte da produção que é paga antecipadamente. Os riscos da produção são partilhados por todos: no caso de uma má colheita são distribuídos menos produtos por cada unidade familiar, no caso contrário reparte-se mais.

No Peru, mais de 3000 restaurantes populares fornecem-se por meio de trocas nacionais, diminuindo os intermediários e no México surge o selo Comércio Justo México, como uma estratégia para incentivar e promover a comercialização de produtos nacionais.

A estas experiências, saídas dos próprios setores do Comércio Justo ou de setores mais organizados como os da Economia Solidária, é preciso não esquecer os milhares de iniciativas que todos os dias surgem pelos pequenos agricultores e das organizações que representam para conseguirem produzir e comercializar os seus produtos.

Estamos perante um vasto campo onde estão a ser construídas experiências comerciais alternativas realmente favoráveis aos setores mais empobrecidos (Montagut, 2011).

Capítulo III. Articulando conceitos: comércio justo e desenvolvimento

No primeiro capítulo vimos os conceitos centrais da presente dissertação, e no capítulo seguinte procurámos fazer a sua articulação com a dinâmica maior da Economia Social e Solidária, este que é um campo de germinação por excelência das iniciativas de Comércio Justo e Soberania Alimentar.

Por sinal, este é também um campo que visa a criação de alternativas aos setores, indivíduos e grupos mais desfavorecidos ou mais afetados pela conjuntura atual. É, portanto, um campo em prol do Desenvolvimento.

Tratando-se de uma dissertação em Estudos de Desenvolvimento, reservámos este terceiro capítulo para a reflexão em torno do conceito de Desenvolvimento e das alterações a que tem vindo a ser sujeito nos últimos 60 anos. Procurar-se-á discutir também o contributo que o movimento do Comércio Justo com o marco político da soberania alimentar pode trazer para o enriquecimento do conceito de desenvolvimento, ainda que este assunto nos mereça uma reflexão mais aprofundada no capítulo V – Análise do Estudo de Caso.

3.1 Revisitando o Conceito de Desenvolvimento

“O conceito de Desenvolvimento, enquanto mobilizador de vontades de mudança e transformação das sociedades e dos indivíduos, tem servido para avaliar e classificar o seu nível de progresso e bem-estar” (Amaro, 2003:36).

Este foi um conceito que desde o início tomou como principal referência para a sua formulação e conteúdo a “experiência histórica dos países europeus considerados desenvolvidos, no âmbito das chamadas sociedades industriais, entendendo-se como «boas práticas» as suas evoluções, a caminho de uma sociedade de abundância” (Amaro, 2003:42).

Considerando-se que este caminho deveria servir de guia aos países que almejavam a «conquista» do desenvolvimento, vários foram os mitos que marcaram o conceito de desenvolvimento nos primeiros 30 anos após a II Guerra Mundial, nomeadamente: o economicismo, o produtivismo, o consumismo, o quantitativismo, o industrialismo, o tecnologicismo, o racionalismo, o urbanicismo, o antropocentrismo, o etnocentrismo, o uniformismo. Para Roque Amaro (2003) estes foram os onze mitos que, ao serem entendidos como receitas seguras para os seus processos de desenvolvimento, marcaram o conceito, as práticas e as expetativas das nações.

A associação frequentemente estabelecida entre os conceitos de desenvolvimento e crescimento económico, tidos por vezes como sinónimos, teve como principais consequências: 1) a consideração do crescimento económico como condição necessária e suficiente para o desenvolvimento. Isto é, as melhorias substanciais de bem-estar da população ao nível de saúde, educação, habitação, etc dependiam de um processo contínuo de aumento do número de bens e serviços; 2) a utilização de indicadores de crescimento económico para classificar os países em termos de desenvolvimento; 3) a introdução da industrialização como um meio para alcançar o crescimento económico, uma vez que historicamente o percurso de crescimento económico dos países ditos desenvolvidos assentou em processos de industrialização. Por isso, rapidamente a expressão «países industrializados» assumiu a

conotação de países desenvolvidos, tornando-se uma etapa obrigatória a todas as nações que procurassem alcançar o desenvolvimento; e 4) a associação ao conceito de modernização, definido como um método de substituição das estruturas existentes no «mundo subdesenvolvido» pelas estruturas modernas e progressistas do «mundo desenvolvido» (Amaro, 2003).

Assim, “o subdesenvolvimento era visto como um atraso no desenvolvimento, a tradição um obstáculo à modernização, o campo e os meios rurais um passo atrás na caminhada para as cidades e para o progresso, as culturas e mentalidades não europeias um constrangimento à eficiência produtiva e ao bem-estar material” (Amaro, 2003:48).

Hoje, volvidos mais de 70 anos após a II Guerra Mundial e fazendo um balanço do processo de mudança e desenvolvimento ocorridos durante este período, conclui-se que este foi um processo com resultados que se mostraram insuficientes face às promessas e expectativas depositadas na correlação entre desenvolvimento e crescimento económico. Como sublinha Bastos (2014) se a nível económico e em relação aos países considerados desenvolvidos os resultados em termos de crescimento foram positivos, o mesmo não se verifica quando deslocamos esta análise para um contexto mundial, confirmando a insuficiência de políticas de desenvolvimento exclusivamente económicas.

É neste contexto de balanço de resultados e de constatação dos seus desequilíbrios que nos finais dos anos 60 e inícios dos 70 se deu uma viragem fundamental nas abordagens e práticas do desenvolvimento, conduzindo a uma busca incessante por novas conceptualizações. Nos últimos 30 anos, fruto de várias contribuições, quer em termos de origem académica, quer em termos de experiências de várias práticas, o conceito de desenvolvimento foi alvo de várias versões e reflexões, tornando-se também por isso mais complexo e menos linear na sua conceção e aplicação (Amaro, 2003).

A renovação do conceito de desenvolvimento é hoje apresentada em 5 conceitos que para Roque Amaro (2003) se podem agrupar em três grandes «fileiras ou famílias»: a fileira Ambiental - Desenvolvimento Sustentável; a fileira dos Direitos Humanos - Desenvolvimento Humano e Desenvolvimento Social; e a fileira das Pessoas e das Comunidades - Desenvolvimento Local e Desenvolvimento Participativo.

Apesar da volatilidade dos contributos que têm surgido nos últimos anos para o enriquecimento teórico e prático do conceito de desenvolvimento, gostaríamos de tomar como referência para a presente dissertação a perspetiva de Amartya Sen apresentada no seu trabalho *Desenvolvimento como Liberdade* (2003).

Sen perspetiva o desenvolvimento como “um processo de expansão das liberdades reais de que as pessoas desfrutam” (2003:17). Considera a existência de cinco liberdades instrumentais que contribuem, direta ou indiretamente para a liberdade geral que as pessoas têm de viver segundo o modo que gostam, sendo elas: 1) Liberdades políticas; 2) Dispositivo económico; 3) Oportunidades sociais; 4) Garantias de transparência; 5) Previdência social. Para compreender esta perspetiva de liberdade é necessário ter em conta dois fatores cruciais. Por um lado, “os processos que proporcionam a liberdade de ação e decisão; por outro lado as condições reais das pessoas, de acordo com as suas circunstâncias pessoais e sociais” (Sen, 2003:33). A falta de liberdade pode decorrer quer dos processos inadequados (violação do direito ao voto, por exemplo) quer da inadequação das condições

de algumas pessoas para realizem o mínimo de que gostariam (a iliteracia, por exemplo, dificulta ou até mesmo impede que as pessoas se mantenham informadas sobre o contexto político e assim exerçam o seu direito de voto de forma fundamentada). Este enfoque nas liberdades humanas contrasta com as visões até então predominantes, mais restritas e economicistas do desenvolvimento, ao equipararem-no com o aumento do PNB, com os processos de industrialização, inovação e avanço tecnológico

É precisamente na articulação entre o entendimento do Desenvolvimento como um processo de expansão de liberdades reais e o surgimento de experiências comerciais alternativas que procuram a (re)conquista de liberdades para os setores de produção mais empobrecidos que a presente reflexão encontra a sua justificação. A perspetiva destas experiências não se restringindo a uma dimensão económica, inclui também uma dimensão em que procura a maior humanização das relações económicas e dos processos de comercialização. Estas experiências lutam pela criação de um cenário em que os produtores para além de encontrarem no seu próprio território e na sua atividade um meio de sustento justo, tenham a possibilidade, ou liberdade, de agir e decidir sobre todos os aspetos relacionados com o seu trabalho – técnicas, instrumentos e materiais, ritmo, forma de comercialização – e procura eliminar os demais fatores que tendem a contrariar ou anular estes esforços.

3.2 Comércio Local e Desenvolvimento

No Fórum Social Mundial de 2003 – Consumo Ético e Cooperativismo – foi salientado que frequentemente os produtores do Sul inseridos em cadeias de Comércio Justo têm mais parcerias estabelecidas com organizações do Norte do que nos seus próprios países, desenvolvendo por isso poucas alianças a nível local (Vivas, Montagut, 2006). Esta constatação levou à reflexão sobre os próprios contornos que o movimento do Comércio Justo estaria a tomar nas suas práticas e conceptualizações.

As questões que o comércio local suscita são multiplicadas por aquelas que são colocadas do ponto de vista do consumo responsável e solidário. Articulado todos estes movimentos, o comércio justo local contribuiu para contestar aquilo que veio a constituir o dogma do livre-câmbio (Laville, 2009). Ou seja, significou um meio alternativo face às convicções que se mostraram iludidas de que um mercado livre, sem barreiras e projetado a uma escala internacional, seria sinónimo de um nível de crescimento económico sem precedentes, com significativo impacto no nível de bem-estar e satisfação da população.

Não é difícil compreender como o Comércio Justo, que aqui se perspetiva numa ótica de promoção das práticas comerciais locais e que se inscreve no campo maior da economia solidária, pode contribuir para a ideia de desenvolvimento. A produção local e/ou artesanal constitui um modelo menos padronizado, menos ligado à ideia de uma “fábrica dentro do campo” ou “indústria dentro do mar”, são baseadas no conhecimento dos produtores e exigem muita perícia.

Como explica o coordenador geral da Via Campesina, Henry Saragih, é necessário que os governos nacionais deem:

“Prioridade absoluta à produção interna de alimentos para reduzir a dependência do comércio internacional. Os pequenos agricultores devem ser apoiados através da garantia de melhores preços para os seus produtos e com mercados mais estáveis, de modo a produzir alimentos para si e para as suas comunidades, o que significaria um maior investimento na produção de alimentos de origem camponeses para a comercialização local”.

A proteção da agricultura e da pesca tem constituído uma política constante nos atuais países desenvolvidos capitalistas. Muitos autores concordam em afirmar que esta prática tem sido uma característica das primeiras fases de crescimento económico e industrial praticado pelas nações. Proteger a agricultura e a pesca dos riscos do mercado internacional significa assegurar rendas viáveis aos produtores/pescadores, a criação de um mercado interno estável, melhores rendimentos e a disponibilização de recursos para a respetiva nação. Esta foi uma metodologia assumida por quase todos os países ocidentais europeus durante o século XIX e hoje continua a ser um mecanismo seguido por países emergentes como o Taiwan e a Coreia do Sul (Montagut; Dogliotti, 2006).

O interessante neste tipo de iniciativas é a capacidade de abrangência do conjunto de bens e serviços que apesar de produzidos «localmente» alcançam um público e uma área para além da delimitação física. O impacto destas iniciativas manifesta-se, por isso, a dois níveis: a nível do tecido e da produção rural/piscatória e a nível do tecido e dos serviços urbanos, acabando por satisfazer um conjunto de necessidades não apenas dos produtores, mas também dos consumidores urbanos.

As muitas iniciativas de promoção do comércio local, independentemente de estarem associadas ao movimento do comércio justo, surgem numa lógica de «libertação» dos produtores à lógica de funcionamento do mercado convencional e baseiam-se em valores de uso (para alimentação) mais do que em valores de troca (objetivo de lucro) (Holt, Giménez, 2017). É por isso que as muitas inovações sociais que têm vindo a surgir no campo da alimentação e que desafiam as desigualdades do atual sistema de produção alimentar valem a pena ser implementadas.

O sentido inverso desta lógica conduz-nos ao panorama do atual sistema de produção alimentar, um sistema que se tem relevado inconciliável com o respeito pelo ambiente e com a satisfação das necessidades alimentares da maioria da população à escala mundial. Um exemplo deste facto é a existência de mais de mil milhões de pessoas que atualmente não vêm satisfeitas as suas necessidades alimentares, por sinal num momento histórico em que a produção de alimentos é maior do que em qualquer outro período da história (Vivas, 2011) com um aumento de 2% na produção nos últimos 20 anos enquanto a população tem crescido a um ritmo de 1,14% (Holt-Giménez; Patel, 2010). Esther Vivas (2009b) justifica que a privatização dos recursos (água, terra, sementes), as políticas de ajuste estrutural, os tratados de comércio livre, os processos de «descampesinato», a industrialização dos modelos produtivos e os monopólios ao longo da cadeia alimentar formam o atual «neoliberalismo alimentar» que nos conduziu a esta situação.

Paralelamente às características do atual modelo de produção alimentar, verifica-se também que as preferências alimentares contemporâneas não se restringem à capacidade de produção local mas tendem a dirigir-se para produtos de origem diversa – artigos internacionais ou artigos compostos que são criados a partir de um ou vários artigos individuais e que algumas dessas partes são oriundas de

várias zonas geográficas - que tiveram de percorrer milhares de quilómetros até estarem disponíveis para o consumidor. Neste sentido, as grandes empresas e multinacionais tiveram que desenvolver um mecanismo que consiga suportar as diversas transferências geográficas a que os artigos são sujeitos, recorrendo para isso a uma série de recursos e materiais – ingredientes para uma produção altamente processada para que consiga estar em bom estado no momento de consumo (rica em açúcar, conservantes, sódio, soja, xarope de milho), material para dar resposta à necessidade de embalagem dos produtos, energia para a sua conservação e combustíveis fósseis para assegurar o seu transporte por longas distâncias. Todavia, frequentemente conseguimos encontrar opções de consumo que não exigem este intercâmbio complexo de produtos e recursos. Em muitos casos conseguimos a substituição desse produto por outro, de origem local.

Veja-se um exemplo. O Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy, sediado na Alemanha, que dedica a sua investigação em torno da criação de modelos, estratégias e instrumentos para apoiar o desenvolvimento sustentável a nível local, nacional e internacional elaborou um estudo que consultamos no Cadernos de Proposições para o Século XXI – Comércio Justo e Solidário (2004) em que revela que grande parte do sumo de laranja consumido na Europa vem do Brasil. A Alemanha que não produz laranjas é o país que apresenta maior consumo *per capita* deste tipo de sumo. Para se obter um litro de sumo de laranja importado do Brasil são necessários 22 litros de água (o que acresce os recursos energéticos necessários para garantir o seu bom embalagem, conservação e transporte). Contudo, a Alemanha produz um outro tipo de fruta – Cassis – cujo conteúdo em vitamina C rivaliza com a laranja. Assim, será ecológico propor aos países europeus a importação de um sumo de laranja proveniente do Brasil, quando internamente existem outras alternativas de consumo igualmente saudáveis e equilibradas? Mesmo que este produto transacionado internacionalmente seja realizado por meio de comércio justo, qual é o lugar ocupado pelo comércio local? Qual é, então, o lugar ocupado pelos mercados regionais no seio da discussão em torno do comércio justo e da soberania alimentar?

Com efeito, um Comércio Justo que não incida também no comércio local e que não procure as suas parcerias nos produtores e experiências de comercialização locais, corre o risco de se tornar um Comércio Justo orientado para os esquemas de «ajuda internacional» que escondem os verdadeiros problemas do modelo de desenvolvimento, de produção, de comercialização e de consumo. De facto, os verdadeiros aliados do Comércio Justo são os produtores, os consumidores e cidadãos consciencializados para a qualidade do consumo e com o respeito pelo ambiente. Tudo valores opostos aos das grandes multinacionais, que em princípio contrariam.

Como sublinha Fretel (2009) a otimização dos circuitos produção-distribuição-consumo constituem elementos fundamentais para a construção de uma economia local – a base do desenvolvimento local.

Capítulo IV. Metodologia da Investigação: apontamento

Nesta secção, dedicada à metodologia utilizada para a elaboração do estudo-caso, pretendemos refletir sobre o percurso global realizado para a concretização deste estudo, as opções metodológicas e as condições de produção de conhecimento que ditaram o trabalho de campo.

Como método de trabalho, propusemo-nos a realizar o estudo de caso sobre o Cabaz Fresco Mar promovido pela Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta. A opção pelo método de estudo de caso apresentou-se como a opção mais apropriada, uma vez que e de acordo com Yin (2009) o estudo de caso tem como objetivo investigar um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não são claramente definidos. Também na perspetiva de Dooley (2002:342) encontramos a aplicabilidade do estudo-caso à vida real:

“researchers from many disciplines use the case study method of research to build on theory, to produce new theory, to dispute or challenge theory, to explain a situation, to provide a basis to apply solutions to situations, to explore, or to describe an object or phenomenon. The advantages of the case study method are its applicability to real life, contemporary, human situations and its public accessibility through written reports”

As condições que se proporcionaram no «campo» de trabalho acabaram por de forma natural ditar o método a seguir para a recolha de informação. Para além da contemporaneidade do tema, também as barreiras entre o cabaz e o contexto em que este se insere (a Vila da Fuzeta, a comunidade piscatória) não são automaticamente perceptíveis. Constituem duas realidades interdependentes que se alimentam mutuamente. Por conseguinte, as duas semanas em que estive presente no «campo» possibilitaram a realização de entrevistas e a prática de observação participante que me permitiram uma absorção completa em toda a dinâmica da atividade piscatória da Vila da Fuzeta e do Cabaz Fresco Mar. A este propósito Schramm salientou que “the essence of a case study, the central tendency among all types of case study, is that it tries to illuminate a decision or set of decisions: why they were taken, how they were implemented, and with what result” (Schramm, 1971 cit in Yin, 2003:12).

4.1 A Experiência de Investigação

A elaboração deste trabalho de investigação iniciou-se com uma fase exploratória de recolha de informações relativas ao tema em análise. Os estudos exploratórios são muito úteis na fase inicial da pesquisa, quando se pretende explorar alternativas, descobrir novas ideias, definir concretamente o tema em análise e se procura uma certa familiaridade com o objeto de estudo (Singh, 2007)

Procurou-se com esta fase adquirir uma visão mais abrangente e concreta das interpretações realizadas por outros autores ao tema em análise, conseguir uma certa qualidade de informação e uma

base sólida para conceber a problemática de investigação. Esta fase comportou operações de leitura e conversas informais.

As operações de leitura visaram essencialmente assegurar a qualidade da problematização. As leituras realizadas nesta fase exploratória tiveram como objetivo a tomada de conhecimento de trabalhos realizados anteriormente, saber quais as principais correntes de pensamento, refletir sobre se a minha intenção de trabalho se distingue ou aproxima dessas correntes de pensamento e identificar possíveis vias de investigação.

Numa abordagem complementar, foram realizadas também algumas conversas informais. Estas conversas foram realizadas com a equipa técnica do CIDAC, que pela sua larga experiência de trabalho na temática da Economia Solidária, do Comércio Justo e da Soberania Alimentar, permitiram encontrar pistas de reflexão, ideias e hipóteses de trabalho e descobrir novas maneiras de colocar o problema. As muitas conversas informais que antecederam a conceptualização da problemática de investigação permitiram orientar a investigação para um tema mais atual e de maior pertinência.

Nesta fase, cuja pergunta de partida estava ainda hesitante, estes momentos informais de partilha de ideias tiveram um importante contributo na sua clarificação, assim como no aconselhamento de leituras direcionadas ao problema em estudo.

Destaco ainda nesta fase as muitas conversas com docentes e investigadores, que não tendo o formato de uma entrevista, tiveram um importante contributo na exploração de ideias e no aconselhamento de possíveis Associações, projetos ou espaços geográficos para a realização de um estudo de caso, ilustrativo da problemática em análise. Tendo sido precisamente neste contexto que surgiu a hipótese de o Cabaz Fresco Mar na Fuzeta ser o estudo de caso da presente dissertação.

Terminada esta fase de avaliação das várias pistas de investigação, de definição da problemática e da respetiva pergunta de partida, construiu-se a metodologia para a recolha de dados. Considerou-se mais adequado optar pela metodologia qualitativa, tendo em conta que se trata de uma investigação em ciências sociais, baseada num estudo de caso em específico cujo objetivo consiste em tecer considerações para dar resposta às nossas inquietações iniciais.

A recolha de dados numa investigação de enfoque qualitativo tem como objetivo obter “informação de indivíduos, comunidades, contextos, variáveis ou situações em profundidades, nas suas próprias “palavras”, definições ou “termos” (Sampieri; Collado, Lucio, 2006:375).

Ao se apresentarem como as mais adequadas face aos objetivos do estudo-caso, centramos os procedimentos metodológicos na pesquisa bibliográfica, no trabalho de campo que nos permitiu a realização de observação participante, a aplicação de entrevistas semiestruturadas e a realização de pesquisa documental na e sobre a Associação.

Num primeiro momento procedemos à operacionalização dos principais conceitos em análise nesta dissertação (Anexo A). Este processo passou pela definição de dimensões e indicadores que vieram posteriormente apoiar a construção dos guiões de entrevista a aplicar aos pescadores, clientes e direção da AAPF (Anexo B).

O trabalho de campo decorreu de 1 a 17 de Junho 2019, em quatro principais espaços: a lota onde o peixe é descarregado, acondicionado e vendido; a doca de embarcações onde as companhias de pescadores partem e chegam do mar; o espaço ocupado pela Associação de Armadores de Pesca da

Fuzeta (escritório, balcão de atendimento e espaço próprio para a realização dos cabazes) e as viagens de distribuição dos cabazes.

Relativamente à observação, esta abrangeu todas as fases do circuito de comercialização: descarregamento do pescado aquando da chegada das embarcações ao porto de pesca, compra do pescado em lota, amanha do peixe, constituição dos cabazes e a sua entrega ao cliente final.

Na fase de descarregamento do pescado e da venda em lota – exigentes do ponto de vista físico e da concentração – a nossa presença foi pautada essencialmente pela observação e, quando possível, de questionamento a algum dos presentes sobre determinados aspetos. Nas restantes fases – preparação do peixe, constituição dos cabazes e entrega ao cliente final – participámos ativamente na realização das tarefas.

Foi também possível estar presente na rotina diária da Associação. Esta possibilidade permitiu verificar os tipos de apoio que são aqui prestados, assim como compreender os motivos que fazem os pescadores procurar a associação e serem membros associados desta.

A possibilidade de podermos participar ativamente nas atividades diárias da Associação e do Cabaz Fresco do Mar permitiu construir uma relação de proximidade com as pessoas que dão vida a esta iniciativa. Relação esta que, gradualmente, se estendeu para além das barreiras físicas da Associação e que tiveram continuidade nos cafés da vila, em almoços de família para os quais fui convidada ou em passeios pela Ria Formosa da Fuzeta. A proximidade e a confiança que resultaram deste convívio diário tornaram esta experiência mais rica, não apenas com o fim de obter informação para a realização da dissertação, mas sobretudo e especialmente como uma experiência a nível pessoal.

Para Jaccoud e Mayer (2009) a observação participação remete à ideia de que o investigador deve passar por um processo de socialização com o meio em pesquisa. Isto é, entregar-se sem restrições, viver, pensar e sentir como aqueles a quem direciona a sua pesquisa. Constitui, por isso, uma técnica que permite apreender os acontecimentos no exato momento em que eles se desenrolam e no seu contexto natural.

Esta técnica foi, ao longo do tempo, aperfeiçoada devido à integração e aceitação, também esta gradual, da minha presença no ambiente e espaço de lota.

Intrinsecamente, o trabalho de campo incluiu conversas e entrevistas semiestruturadas que foram facilitadas com a minha presença contínua no terreno.

O inquérito por entrevista é uma das técnicas de recolha de dados mais utilizada em metodologia qualitativa porque de acordo com Poupart (2008) continua a ser um dos melhor meios para apreender o sentido que os atores dão às duas condutas, a maneira como se representam, como encaram o mundo e como vivem a sua situação. Ainda para Poupart (2009) o entrevistado é entendido como um informante-chave porque é capaz de informar não apenas sobre as suas ações e maneiras de pensar, mas também – na medida em que é considerado “representativo” do seu grupo ou de uma fração dele – sobre os diversos componentes da sua sociedade.

Optou-se pela realização de entrevistas semiestruturadas porque possibilitou guiar-nos por um conjunto de questões previamente pensadas, mas gozando da liberdade para introduzir outras questões que se revelassem pertinentes ao longo da entrevista.

Para esta pesquisa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas aos três principais grupos em interação no Cabaz Fresco Mar: 1) Os colaboradores da AAPF, que incluiu a Direção e os profissionais responsáveis pela constituição e entrega dos cabazes; 2) os pescadores que se ocupam da atividade piscatória na Fuzeta; e 3) os clientes que adquirem o Cabaz Fresco do Mar.

As muitas conversas informais que fui tendo quer com pescadores (no ativo e reformados) da vila da Fuzeta, quer com os responsáveis do Cabaz Fresco Mar surgiram, regra geral, espontaneamente, quer no espaço de lota enquanto se esperava pelas embarcações, quer no espaço da vila, sobretudo nos cafés, que ao estranharem a minha presença, aproveitavam a oportunidade para questionar o motivo da minha presença.

De facto, estes momentos foram de grande importância para compreender alguns fenómenos relacionados com a atividade piscatória – o funcionamento da lota, a definição de preços, a instabilidade desta atividade e as angústias de pescadores e das suas famílias que lidam diariamente com o «risco de vida» associado à atividade da pesca.

Complementarmente, procedi à análise documental de uma série de dados com o objetivo de melhor contextualizar e caracterizar o papel da atividade piscatória na comunidade da Fuzeta, assim como da AAPF e do Cabaz Fresco Mar. A análise documental é caracterizada pela consulta de fontes escritas, estatísticas, entre outras, permitindo a construção de ideias sobre as temáticas em causa. São consideradas fonte de informação documentos internos e externos, sendo os primeiros aqueles produzidos pela própria instituição e os externos aqueles que se relacionam com o objeto de estudo, mas que são produzidos externamente (Saint-Georges, 1997).

Comecei por consultar documentos académicos sobre a região da Fuzeta e a sua histórica relação com o mar e com a atividade piscatória. Procurou-se com esta leitura tornar mais familiar e ganhar algum sentimento de identificação com a comunidade e tomar um conhecimento mais rico sobre o contexto social e espacial em que Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta e, particularmente, o Cabaz Fresco Mar se encontram inseridos. Posteriormente, e de teor mais prático, foram consultados os Estatutos da Associação e a candidatura ao Programa PROMAR com a qual conseguiram obter o financiamento necessário para a implementação do Cabaz Fresco Mar. Acedi ainda a dados disponíveis nos serviços da rede pública municipal, como é o caso da Câmara Municipal de Olhão, Junta de Freguesia da Fuzeta e registos no Diário da República aquando da formalização da associação.

4.2 Pergunta de partida e objetivos de investigação

Foi sob a interrogação - *Poderão ser a pequena escala comercial e a proximidade a chave do sucesso de experiências de comércio justo como a do Cabaz Fresco do Mar?* - Que orientamos o trabalho de investigação descrito no presente documento e com o qual procurámos dar uma resposta.

Definimos como objetivo geral, compreender, por meio do estudo de caso do Cabaz Fresco Mar, o campo de possibilidades que o comércio perspectivado numa ótica de proximidade e de trocas locais, pode contribuir para o enriquecimento do conceito e práticas de comércio justo.

Considerámos para objetivo específico, aprender o que há de diferente na prática e conceptualização do Cabaz Fresco Mar por comparação ao mercado convencional, em quatro

propósitos: *Um*, na forma como pratica a atividade piscatória, gere e preserva os recursos naturais; *dois*, na forma como os protagonistas envolvidos no Cabaz Fresco Mar se relacionam entre si; *três*, na forma como contribui para a manutenção e criação de postos de trabalho; e *quatro*, na forma como contribui para uma alimentação saudável, equilibrada e dentro dos padrões culturais

4.3 Quem nos contou a história: participantes no estudo-caso

Para a realização da presente investigação recorreu-se a um processo de seleção informal da amostra – as amostras não probabilísticas, também designadas de amostras por conveniência. Este tipo de seleção caracteriza-se pelo carácter disponível da população em participar na pesquisa e não por terem sido selecionadas por meio de um critério estatístico em específico.

O modelo de amostra seguido foi a Amostra Bola de Neve. A Amostra Bola de Neve é uma forma de amostra não probabilística que utiliza cadeias de referência, sendo muito útil quando se trabalha com um público de difícil acesso ou quando não há precisão sobre a sua quantidade (Vinuto, 2014). A escolha por este modelo deveu-se precisamente ao contexto de grande dimensão do universo em estudo, pela não existência de uma relação prévia com as pessoas que o constituem e pelo desconhecimento da sua disponibilidade para participar no estudo.

Numa primeira fase identificaram-se os informantes-chave que iriam permitir localizar outras pessoas com as condições e disponibilidade para a pesquisa. O papel de informantes-chave foi assumido pelas pessoas responsáveis pelo Cabaz Fresco Mar, uma vez que dado o seu papel na dinamização do Cabaz Fresco Mar e pela proximidade que mantém com os pescadores da Vila da Fuzeta, conseguiram identificar possíveis informantes e funcionaram como uma espécie de «quebra-gelo» tornando mais fácil o meu acesso a essas pessoas para concretizar as entrevistas. Numa segunda fase, solicitei às pessoas indicadas pelos informantes-chave que indicassem novos contactos a partir da sua própria rede pessoal.

O estudo contou com 20 entrevistas semi-estruturadas e incluiu os seguintes participantes: Clientes do Cabaz Fresco Mar (11 entrevistas); Direção da Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta (4 entrevistas); Pescadores da Vila da Fuzeta (4 entrevistas); Comprador de Peixe (1 entrevista).

Aos clientes o critério aplicado foi serem clientes do Cabaz Fresco Mar, havendo uma representatividade do tempo de cliente e da frequência de aquisição do cabaz: dez são clientes há mais de 1 ano; um é cliente há menos de 1 ano; quatro clientes adquirem pontualmente o cabaz, sete clientes adquirem semanalmente e/ou pontualmente o cabaz. Todos os clientes constituem famílias compostas; média de idades nos 52 anos; encontram-se em situação profissional ativa e 2 são reformados.

Aos pescadores perspetivava-se que estivessem relacionados com a atividade piscatória, quer estivessem no ativo ou já reformados: três pescadores encontravam-se no ativo e um estava já aposentado apesar de dispensar ainda umas “ajudas” em terra.

À direção da AAPF o critério usado residiu na relação que mantém com a associação, seja da direção ou funcionário: uma entrevista à Diretora, duas entrevistas a membros da Mesa da Assembleia Geral (Presidente e Vice-Presidente) e uma entrevista à administrativa.

Ao comprador de peixe, pretendia-se que exercesse ou tivesse exercido a função de comprador de peixe como atividade profissional.

4.4 O Cabaz Fresco Mar da Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta: a experiência em estudo

“A representação, defesa, promoção e estudo dos direitos e interesses dos seus associados e o desenvolvimento contínuo das atividades que exercem” (Estatutos AAPF, Anexo C) é um dos princípios fundamentais da Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta (AAPF). Uma associação sem fins lucrativos, constituída em 2013 que sucede à Associação de Armadores de Pesca do Sotavento Algarvio (ADAPSA), fundada em 1993. Esta sucessão encontra justificação no ano de 2013, altura em que se viveu um momento de particular delicadeza para toda a comunidade piscatória da Fuzeta e que viria a resultar no exercício de reestruturação da atual AAPF.

Este período foi marcado, por um lado, pela perda do líder da organização. Uma referência para os pescadores, residente na vila, que partilhava o ofício de armador de pesca e que, por estes motivos, mantinha uma relação de proximidade com todos os membros da associação. Por outro lado, marcado pelo fim do contrato de pescas entre o Governo de Portugal e o Reino de Marrocos. Este contrato permitia o envio de grandes contingentes de pescadores para a Costa de Marrocos. Estas pescas, geralmente de longa duração, permitiam uma maior rentabilidade da atividade. Terminado este contrato, muitas embarcações tiveram de ser abatidas e os pescadores tiveram a obrigação de se dedicarem a outro tipo de culturas, na sua generalidade de menor dimensão, de âmbito local e com retorno económico mais reduzido.

Neste período, o desânimo e falta de motivação para se envolverem nas questões associativas e para colaborarem coletivamente na defesa dos interesses da atividade piscatória eram sentimentos bastante presentes entre todos os pescadores.

A AAPF defronta-se também, assim, com a possibilidade de fecho do espaço de lota, que com a falta de uso, investimento e modernização, se estava a tornar um espaço em gradual degradação.

É neste contexto que a AAPF sente a necessidade de elaborar uma estratégia que consiga atrair novamente os pescadores ao envolvimento associativo e à comercialização por meio da lota. Neste período a AAPF passa a ser formada por uma Direção constituída por uma profissional assalariada, Bióloga, referenciada pela Docapesca S.A. e por uma Mesa da Assembleia, constituída por um Presidente, um Vice-presidente e um Secretário.

Com base em iniciativas semelhantes que tiveram lugar em Odemira, Sesimbra e Azenhas do Mar, surge em 2015 na Vila da Fuzeta o Cabaz Fresco Mar. Este Cabaz surgiu, primeiro, como uma estratégia proposta pela Docapesca para revitalizar o espaço da lota e para voltar a dar visibilidade à AAPF. A então direção da AAPF apresentou a proposta aos restantes membros associados e conforme avale da maioria, avançaram com a candidatura ao programa PROMAR que financiou a 100% o projeto. Um investimento que no total rondou os 100 mil euros e que permitiu adquirir, como relata a Diretora da AAPF em entrevista ao Semanário Regional Algarvio (2016), uma carrinha isotérmica para a distribuição e montar uma zona especial para a amanhã do peixe, nas instalações da AAPF na lota da Fuzeta.

Aliado a um primeiro pretexto de conseguir revitalizar o espaço de lota e voltar a chamar os pescadores à vida da associação, o Cabaz Fresco Mar tem na génese da sua identidade contribuir para

a valorização do pescado, fomentando relações de proximidade entre quem pesca e quem consome, garantindo um produto de qualidade aos consumidores e um preço justo aos pescadores.

Este cabaz é composto por 3kg (25€) ou 5 kg (40€) de peixe fresco, proveniente de uma pesca artesanal e de pequenas embarcações da Fuzeta e de Olhão. Todas as espécies são amanhadas, embaladas em vácuo (para diminuir a carga microbiana) e colocadas numa caixa isotérmica com gelo e entregue na morada combinada, num prazo de captura inferior a 24 horas. O cabaz, apesar de não ter uma composição certa, pois está sempre dependente do peixe que é capturado e que chega à loja, dá sempre a garantia ao cliente de que integra três ou quatro espécies diferentes e de valor económico elevado, médio e baixo, em percentagens semelhantes. Ou seja, apesar de ser composto por espécies mais baratas, como a cavala, também se pode contar com algumas espécies mais valorizadas e que custam mais dinheiro, como o tamboril ou a corvina.

Na hora de realizar a encomenda, os clientes poderão escolher até três espécies que não querem receber e essas preferências ficam registadas na sua ficha individual. Algumas das espécies da lista podem não ser conhecidas de muitos clientes, eventualidade esta que estava já prevista pelos promotores do projeto, e por isso fizeram uma recolha de receitas e sugestões de confeção junto da comunidade piscatória, e que acompanham os próprios cabazes. Uma forma de enriquecer a oferta ao consumidor e estimular a descoberta de novos sabores.

Com uma pequena equipa inicial, o Cabaz Fresco Mar tem uma capacidade máxima de resposta em 20 cabazes por dia (60 por semana). A periodicidade da entrega pode ser semanal, quinzenal, mensal ou apenas uma única vez e atualmente as entregas são feitas apenas nos concelhos de Faro (terça-feira), Olhão (quarta-feira) e Tavira (sexta-feira). Para já, estes são os locais de entrega pois é onde existem clientes suficientes que justificam a deslocação, apesar de começarem a surgir alguns pedidos em São Brás de Alportel e Loulé.

Aquando da primeira encomenda é entregue ao cliente uma caixa de esferovite isotérmica com um valor de caução de 1,5€ e são encorajados a estimar a embalagem por uma questão ambiental. Na entrega seguinte essa mesma caixa deverá ser devolvida devidamente limpa e receberá outra com o cabaz da semana. E assim sucessivamente.

Segundo a direção da AAPF a primeira fase do projeto consistiu em analisar qual seria a viabilidade da implementação do conceito. Referem que houve um primeiro momento de interiorização da ideia – um cabaz semanal de peixe, entregue na morada combinada, resultado de uma pesca artesanal, sem a possibilidade de escolher todas as espécies que são entregues (pois nunca se sabe o que é capturado naquele dia) pago a um preço justo. Começaram por perguntar às pessoas se estariam interessadas neste tipo de venda, ao que as pessoas mostraram-se muito recetivas à ideia, permitindo definir que o público-alvo seria abrangente: quem não tem tempo de ir às compras, quem não gosta de ir ao mercado, quem não gosta de comprar peixe no supermercado e a população sazonal que tem segunda residência naquela zona e que podem adquirir o cabaz pontualmente.

Embora os primeiros planos estejam vocacionados para o cliente doméstico, existem também ideias para a restauração. Aqui o plano passa pela promoção do polvo algarvio fresco ou congelado e sem quaisquer aditivos, já que essa é a mais-valia daquela zona. Pensam inclusive na possibilidade de um selo de qualidade para os restaurantes que forem fornecidos por este meio.

Atualmente, a AAPF conta com 70 armadores de pesca que exercem a sua atividade piscatória a nível local e de forma artesanal (pesca de gaiola, ganchorra, redes de emalha/tresmalho, anzol, pesca de armadilhas) e constitui uma referência na atividade piscatória da Fuzeta. Quer por ser um elemento físico da paisagem da Vila da Fuzeta, ao estar sediada no edifício da Lota e com inúmeros espaços de lazer e comércio a surgirem na sua área adjacente - restauração, cafés e tabernas, mercearias, mercado municipal, jardins. Quer por ser um espaço onde os pescadores, mestres e armadores de pesca procuram diariamente o seu apoio para a resolução de assuntos relacionados com a sua atividade: licenças de pesca, documentação para a capitania, elaboração de candidaturas a fundos comunitários, promoção de ações de formação (primeiros socorros, combate a incêndios, segurança alimentar) aquisição de equipamentos de segurança (coletes, jangadas) e outros materiais (fatos de trabalho impermeáveis, térmicos e com fluabilidade). O Cabaz Fresco Mar por ser um projeto promovido pela AAPF e por ocupar também o espaço de lota acolhe também o carinho e reconhecimento por parte de toda a comunidade.

Capítulo V. A Vila da Fuzeta, um lugar de mar com história: o espaço de pesquisa

Neste capítulo importa que falemos um pouco sobre a Fuzeta. Esta opção prende-se com a tentativa de procurar situar num lugar específico a comunidade piscatória com quem trabalhamos e dar a compreender melhor a sua relação com o mar e a pesca. Espera-se, assim, que também o leitor tenha a possibilidade de se familiarizar com esta história.

Uma breve resenha histórica iria notar que na Vila da Fuzeta, “as atividades ligadas ao mar sugerem-nos, desde o início, como a trave mestra do sistema económico e até a razão de ser desta comunidade” (Oliveira, 1971:21).

A pesca constitui a instituição fundamental da organização económica na Fuzeta e é neste sector onde a maioria dos indivíduos da Fuzeta profissionalmente ativos se encontra empregado e que, por isso, depende também a grande maioria dos agregados familiares. Até mesmo no caso de pescadores já em situação de inatividade ou de reforma, é neste sector onde encontram um meio para dar umas “ajudas” em terra e assim ganhar algum dinheiro.

A seguir à pesca, o comércio é a segunda atividade com maior predominância na Vila da Fuzeta e que emprega maior número de indivíduos. Existe um grande número de mercearias, tabernas, cafés e restaurantes. Em terceiro lugar surgem equiparadas as atividades de agricultura e as atividades industriais. A agricultura constitui um sector essencialmente de subsistência e as reduzidas atividade de carácter industrial vivem também em função da pesca. Quer produzindo artigos para os que nela trabalham, quer contribuindo para melhorar e assegurar o escoamento e comercialização do pescado.

Estas atividades, ao nível do todo económico, complementam a atividade principal. Foi dentro deste sistema económico – de um lado a atividade fundamental (a pesca) e de outro lado todos os serviços que a servem – que a Fuzeta foi evoluindo até ao presente (Oliveira,1971).

Da minha presença na Vila da Fuzeta tive a oportunidade de constatar que também as conversas giram essencialmente em torno da pesca – as condições do mar, se os homens já voltaram do mar, o resultado da maré³, se há «ordens⁴» para ir ao mar, se há peixe – o que entrega à pesca o poder de ser um autêntico motor da economia local (Oliveira, 1971).

A forma de relacionamento entre os pescadores de uma “companha” e a forma como a remuneração se configura sobressai alguns aspetos especialmente interessantes. O termo “companha” designa o conjunto de indivíduos que partilham o mesmo barco enquanto local de trabalho e os seus membros são tratados entre si por “companheiro” ou “camarada” sendo esta segunda expressão a mais comum na Vila da Fuzeta.

³ «Maré» é uma expressão usada entre os pescadores para designar o resultado da pesca. «Boa maré» quando foi um dia favorável e conseguiram um bom preço pelo pescado; «Má Maré» quando não foi rentável a sua saída para o mar

⁴ «ordens» expressão usada para designar os planos do Mestre de Embarcação no que diz respeito às condições de ir ou não para o mar. Se houver ordens é porque se reúnem as condições para a saída ao mar; se não houver ordens é porque não existem condições para tal.

Conforme a minha convivência na comunidade ia avançando, fui percebendo que o termo “companha” “camarada” ou “companheiro” são mais do que meras expressões e assumem um significado que vai além da relação profissional. Cada “companha” significa uma empresa comum, chefiada por um Mestre, mas para a qual todos desempenham uma função específica para o bem comum e na qual estão sujeitos de igual forma ao mesmo conjunto de incertezas e instabilidade da atividade. Porém esta “companha” funciona também como um grupo de entreatajuda e cooperação. Por exemplo, o mestre de cada embarcação define para a sua companha uma remuneração em espécie, a designada “caldeirada”. Ou seja, a cada um dos “camaradas” é atribuída determinada unidade do pescado capturado. Esta prática permite atenuar os efeitos perante um mau cenário de pesca e constitui como uma espécie de extra ao rendimento dos “camaradas”.

A inexistência de uma remuneração fixa contribui, em parte, para esta mentalidade de “camarada” e de solidarização geral perante as incertezas do mar. Para Oliveira (1971) talvez a certeza de ganhos permanentes contribuisse para um abrandamento deste espírito de camaradagem para dar lugar a uma relação de “assalariado” o que então deixaria de ser considerada uma empresa comum. A remuneração é feita em partes iguais a cada camarada. Quer seja a primeira ou a última vez que o camarada vai ao mar, quer conte com muita ou pouca experiência a sua parte é idêntica às que cabem aos outros. Trata-se de indivíduos que há gerações dependem de um meio de vida incerto para o seu sustento, e que exige certas qualidades ao nível de vigor, de habilidade e experiência. Mas se aos mais novos falta, por vezes, a habilidade e experiência, aos mais velhos vai, progressivamente, faltando o vigor, não sendo por estas razões excluídos das campanhas.

A distribuição dos rendimentos entre as companhas, pelas suas características, significa como que uma aliança entre os camaradas, não só contra as contingências da sorte da pesca, mas também contra as fases desfavoráveis da vida de todos os indivíduos (Oliveira, 1971).

Não obstante, apesar da entreatajuda e solidariedade que caracterizam as relações entre “camaradas”, sentimentos de desconfiança e individualismo estão também presentes entre a comunidade piscatória. Como avançou Amorim (2015) o mar sendo um “recurso comum”, os pescadores competem entre si para conseguir os melhores lugares de pesca. Refere um dos pescadores com quem tive a oportunidade de trocar alguma conversa:

“Pelos telefones que temos nos barcos houve um mestre de outra embarcação que me perguntou se eu estava a ter uma boa maré. E eu disse que sim e era verdade. E não é que minutos depois estava rodeado de outros barcos? Não se pode dizer a verdade”

Mestre B.

“Olha somos assim. Não sei porquê. Faz tempo que todas as associações de pescadores foram até Lisboa para reunir com a delegação e lutar pelos direitos. Chegámos lá e parece que a língua ficou na Fuzeta. Não fomos capazes de nos organizar e falar. É um pouco cada um por si”

Mestre P.

Apesar do espírito de camaradagem e do envolvimento coletivo na identificação dos principais problemas relacionados com a pesca, persiste a ideia de uma atividade que é dependente de fatores incontrolláveis e que por isso, a par da entreatuda e da solidariedade, o equilíbrio com algum individualismo e desconfiança permanece como uma «salvaguarda» perante a incerteza e instabilidade da atividade e das intenções das pessoas, instituições e políticas que vão surgindo. Esta sensação de desconfiança senti-a por experiência própria durante o período em que desenvolvi o trabalho de campo. Se por um lado fui muito bem recebida pelos membros da AAPF, por outro lado assistiu-se à construção de histórias e deduções por parte de outros elementos não pertencentes à AAPF. Os discursos iniciais relatavam que a «menina que anda na lota» era uma fiscal da Docapesca e não uma estudante. Com o tempo alguns destes discursos foram ultrapassados, outros talvez ainda hoje permaneçam.

Apesar da histórica importância da atividade piscatória na Vila da Fuzeta, o lugar ocupado pela pesca artesanal e de pequena escala são uma reflexão atual na comunidade. As projeções para o futuro da pesca na Fuzeta foram um assunto que surgiu em grande parte das conversas que tive com os pescadores, sem que houvesse da minha parte uma condução do diálogo nesse sentido. O cenário apontado pelos pescadores confirma apenas *uma* projeção, pouco animadora – o número de pessoas que subsistem desta atividade irá extinguir-se. Nas palavras de um pescador da Fuzeta:

“Dentro de 10 anos tenho a impressão que a pesca acabou na Fuzeta”

Apontando diferentes motivos para esse diagnóstico, como seja: a dificuldade em encontrar homens para este trabalho, a incerteza e instabilidade do ofício e o afastamento que se faz sentir relativamente à pesca artesanal. A este propósito, confessou-me ainda que a sua “companha” era atualmente constituída para além dele, por 5 “camaradas”, 3 reformados e dois em idade ativa.

Estes fatores têm contribuído para o afastamento das gerações mais novas do «universo da pesca». Facto que, ainda assim, é entendido como um «descanso» para algumas das famílias com quem tive oportunidade de conversar. Partilhas como as a seguir transcritas, são muito comuns:

“A pesca vai terminar no meu marido e ainda bem. Um dos filhos foi para Lisboa para a faculdade e a outra filha não foi para a universidade, mas fez o 12º ano e trabalha na Câmara”

“O meu marido foi o último homem da família a ir para a pesca e andava na pesca em Marrocos. Eu não descansei enquanto não arranjei outra coisa que ele pudesse fazer em terra. Sempre disse a mim mesma que não casaria com um pescador. É uma aflição. O nosso filho chegou a estar doente gravemente e ele só soube três semanas depois. E o dinheiro? Nunca é certo”

Como assinalou Acheson (1981 cit. in Amorim, 2015) os grupos humanos desenvolveram técnicas de extração e predação de recursos para conseguirem sobreviver no meio haliêutico, ainda assim, porque o ambiente é muito heterogéneo, a incerteza e aleatoriedade fazem parte do seu quotidiano.

Amorim (2015) sublinha em vários momentos na sua tese *Marés de Incerteza: Etnografia do presente liminar na comunidade piscatória de Setúbal*, alguns dos fatores que contribuem para este cenário de permanente incerteza associada à atividade piscatória. Fatores como a imprevisibilidade dos recursos que podem passar por períodos de escassez ou abundância, o carácter sazonal devido às condições atmosféricas que influenciam as migrações e movimentações da fauna, a constante dúvida sobre o preço do pescado ou, como salienta Galván Tudela e Pascual Fernández (1996) a ausência da domesticação de um recurso – o mar – que é simultaneamente um objeto e um meio de trabalho, condicionam e influenciam a prática piscatória.

A título de exemplo e partilhando a nossa experiência, ainda que esta tenha sido desenvolvida durante um período de aparente maior acalmia atmosférica, durante os primeiros dias várias embarcações ficaram em terra devido ao vento que se fazia sentir. Neste período, apesar de alguns pescadores mais “aventureiros” terem arriscado, a grande maioria permaneceu junto ao cais. Em dias como estes, Mestres (e por vezes as próprias companheiras) a observar o mar com a esperança que o vento acalmasse e permitisse a saída nessa mesma noite e os “ajudas” a arranjar alguns apetrechos de pesca são o cenário predominante.

Como volta a sublinhar Amorim (2015) questões relacionadas com o «quando, como, onde, com quem pescar» são temas com que as companhas se defrontam diariamente na prática da sua atividade, transparecendo o carácter instável do próprio trabalho. Naturalmente, como que um «efeito em cadeia» a instabilidade do trabalho irá ditar a forma como os pescadores e as suas famílias gerem as suas vidas, como se perspetivam no futuro, como entendem o mundo.

Analisando o panorama atual, os pescadores da Fuzeta perspetivam-se como sendo os últimos de uma geração de pescadores, mas ainda assim procuram diariamente contornar a incerteza (social, económica e ambiental) da atividade e superar as suas dificuldades.

Das observações que pude fazer e das muitas conversas informais que fui travando com alguns elementos da comunidade, constatei também a forma como as mulheres, sobretudo esposas de pescadores, encaram o período de ausências de saídas para o mar. Esta ausência significa também a falta de um rendimento, que por sua vez vai “apertar” ou dificultar as próprias contas em casa.

A este propósito, uma das esposas com quem tive oportunidade de conversar, partilhou comigo que:

“Há uma semana que ele não vai ao mar. Nem ele, nem todos os camaradas que trabalham no barco com ele. A carteira ainda não dá dinheiro. É preciso que ele vá todos os dias ao mar. Quem vai compensar esta semana? Além de que a semana passada a pesca não correu bem e ainda temos que pagar algumas coisas das saídas ao mar da semana anterior”

Quando a maioria das companhas não sai de terra, o ambiente na lota é bastante mais pacífico e menos atarefado. Apesar de continuar a ser um ponto central para o encontro entre pescadores, a circulação é mais fluída e a conversa com os pescadores é também mais fácil de se concretizar. Num desses dias, encontrei junto ao cais de embarque Mestre que se dedica a apanha de marisco. Neste período, encontrava-se impedido de pescar, quer por motivos do vento, quer por se terem registado algumas toxinas na água e que tornavam inviável a captura de marisco por não estar em condições de

segurança para consumo. Perguntei-lhe como faziam a gestão do orçamento e se os dias de «boas marés» permitiam poupar para os dias de «más marés». Ao que me respondeu:

“Olha aprende-se. Vai-se aprendendo. O problema é que mesmo quando corre bem, nem sempre dá para poupar. Eu sou sozinho, não sou casado nem tenho filhos por isso consigo deixar algum dinheiro de lado. E se não poupar, azar meu. Não tenho dependentes. Mas tenho aí colegas e amigos com família e que passam mal. Nós não vamos ao mar por não querer trabalhar, é porque não dá mesmo. É para nossa segurança. Eu acho que para estes casos era bom termos um subsídio”

A incapacidade de realizar a atividade e prever e controlar os *stocks* piscícolas tem implicações diretas no rendimento do trabalho, sendo este caracterizado por uma condição de quase permanente instabilidade e precaridade do trabalho. Ainda assim, porém, em dias de saída, as jornadas de trabalho são longas e extremamente exigentes fisicamente. Chegando esta jornada, desde a ida até aos arrumos finais, a alcançar facilmente as 16 horas.

Mas não apenas na captação de recursos se faz sentir a incerteza e aleatoriedade da atividade. Aliás, estas são particularidades que caracterizam todas as fases da atividade, desde a saída para o mar, até à comercialização do pescado.

O decreto-lei nº81/2005 de 20 de Abril veio definir o espaço de lota como a base obrigatória de primeira venda do pescado capturado. Neste espaço, após se verificar se o pescado cumpre todos os critérios (cumprimento, peso, quantidade, qualidade) é dividido por lotes que são colocados à venda em regime de leilão. O leilão do pescado efetua-se por via eletrónica e inicia-se pelo anúncio do número de lote, espécie, peso, frescura, tamanho da espécie e barco que o comercializa, bem como do valor de venda determinado pela Docapesca. Sucede-se então uma contagem decrescente, até ser obtido o primeiro sinal de compra que consiste no acionamento do dispositivo eletrónico, tendo por finalidade sustentar a contagem num dado valor. A intervenção no leilão é permitida a produtores, organizações de produtores, grossistas, retalhistas, industriais de pescado, industriais de hotelaria e de restauração ou respetivos mandatários, desde que devidamente credenciados pela Docapesca.

Nesta forma de funcionamento, leilão invertido, o preço pode oscilar tremendamente e não há um mínimo assegurado, sendo este determinado pelo poder de compra dos presentes e pela concorrência entre si. Este exercício atinge, frequentemente, valores que não traduzem o real trabalho do pescador, acarentando sempre alguma dúvida e instabilidade quanto ao valor que o pescador consegue obter pela sua faina. Também Amorim (2015) constatou pela sua experiência no campo que nesta cadeia comercial, os pescadores estão na base, não conseguindo controlar ou negociar o preço do pescado. Como consequência, as “contas” são sempre uma incógnita e semanalmente podem ter rendimentos muito diferentes.

O sistema de leilão, assim como a ausência de uma regra que determine uma taxa máxima de lucro para os compradores e a forma como os intermediários podem determinar o preço do pescado é apontado pelos pescadores como uma causa para a precaridade dos rendimentos (Amorim, 2015).

Após a sua venda, o pescado é ainda transacionado entre vários intermediários até chegar ao cliente final, podendo passar por um transformador, uma indústria de conserva ou congelamento, chegando a assumir na fase final um preço muito superior aquando da sua primeira venda em espaço de lota. Por exemplo, na Lota da Fuzeta, uma caixa com cerca de 10kg de polvo é leiloada e vendida a cerca de 6€ o que representa 60 cêntimos o quilo. Mas nos dias seguintes, nas grandes superfícies comerciais ou mesmo nas praças municipais, o preço por quilo de polvo varia entre os 8€ e os 22€ por quilo.

Momentos antes do início do leilão perguntei a um Mestre que estava à espera que desse início ao leilão para saber o resultado da sua maré, o que esperava do leilão daquele dia. Ao que me respondeu:

“A partir do momento em que pomos o peixe na lota estamos na mão dos compradores e o grande lucro vai sempre para eles”

Mestre J.

Nesse mesmo dia, durante a distribuição dos cabazes, voltei a abordar o mesmo assunto, desta vez com a Sra.C, esposa de um Mestre de embarcação, que nas suas palavras:

“É uma coisa que me revolta e sempre me revoltou. O meu marido sai para o mar e vem do mar com o barco cheio e a achar que vai tirar dali um bom dinheiro e depois feitas as contas mais-valia não ter ido”

C., esposa de Mestre de Embarcação

A AAPF chama a atenção para a necessidade de analisar com algum cuidado a questão do preço do pescado e de como este é percecionado pelo próprio pescador:

“É uma rotina dura. Nem sempre saem ao mar, é certo. Mas para um pescador nunca há uma boa maré, mesmo que venha com o barco cheio e a transbordar de peixe. Se perguntares se foi um bom dia, vão responder sempre que não. É uma coisa de presságio sabes? Acreditam seriamente que se disserem que correu bem, que pescaram muito e que fizeram bom dinheiro, vão ser alvo de sentimentos egoístas e que alguém lhes irá lançar um mau-olhado”.

Esta versão negativa está também associada a uma certa competição entre os pescadores. Sendo o mar um “recurso comum”, os pescadores competem entre si para conseguir os melhores lugares de pesca. Se uma companha afirmar que teve uma boa maré, na saída seguinte serão certamente seguidos por outras embarcações para descobrirem onde é este local de boa pesca. Pude verificar que esta concorrência não encontra presença nas conversas quotidianas e rotineiras entre pescadores. Adquire um contorno mais subtil em que mestres de embarcações procuram saber informações sobre as marés uns dos outros por intermédio da AAPF.

Nas minhas observações tive a oportunidade de constatar como os compradores estão informados sobre os preços aceitáveis para determinada espécie. Os compradores presentes na Lota da Fuzeta são geralmente os mesmos. Esta presença diária na lota permitiu também a criação de uma relação de maior proximidade entre os dois grupos em interação na cadeia de valor – pescadores e compradores – pelo que o conhecimento e a “cumplicidade” para com as adversidades da pesca acabam por influenciar o preço das licitações. Talvez, por este motivo, haja quase um intervalo de preços em que é “justo” comprar o pescado, o que não invalida que o preço não descaia abruptamente, sobretudo quando há determinada espécie em abundância ou quando existe um número muito reduzido de compradores presentes em lota. Nestas situações, na ausência de concorrência, o preço do pescado acaba por sair mais reduzido.

Pelas conversas trocadas, concluímos que a flutuação de preços não é uma característica exclusiva do mercado de pesca da Fuzeta, mas que atinge a maioria dos mercados. Após um bom período, pode-se seguir uma desvalorização acentuada do pescado, quer pela sua abundância ou pela procura de mercado. Aliado a estes fatores, junta-se a própria organização do mercado que ajuda a reproduzir essa incerteza económica. Como analisado anteriormente, o peixe vendido em lota, por meio de um leilão que funciona de cima para baixo, dá a oportunidade aos intermediários – os compradores – para terem total poder na definição do preço. Assiste-se frequentemente a uma descida do preço, sobretudo quando se trata de espécies pouco valorizadas, sendo as fanecas, a cavala e o carapau as espécies com menor valor comercial na Fuzeta.

As críticas dos pescadores não se ficam, porém, pelos rendimentos com a venda. Para o Mestre N. que se dedica à captura e apanha de marisco e para o reformado Mestre J., que se dedica atualmente a reparar algum do material de pesca, ambos da zona da Fuzeta, criticam também aquilo a que chamam a “falta de peixe na costa”. Este panorama teve início nos anos 60 e 70, altura em que começaram a surgir ideias que denunciavam alguma escassez e um quadro de “esgotamento de recursos” (Amorim, 2015)

A este propósito, a World Wide Fund (WWF) Portugal (2018) alerta para o “estado dramático dos nossos oceanos, tendo em conta que um terço do peixe e marisco a nível mundial estão sobreexplorados” e que “41% das populações de pescado avaliados no Atlântico são alvo de sobrepesca”.

Ambos os cenários - um com base na experiência diária de pesca do Mestre N. e Mestre J., mas que são um reflexo da opinião partilhada por grande parte da restante comunidade piscatória da Fuzeta, e outro baseado numa análise de teor mais científico por parte da WWF Portugal - apontam para uma situação de insustentabilidade dos recursos nacionais no âmbito das pescas e que condicionam a capacidade de captação de recursos.

O meu universo de pescadores da Fuzeta, por meio de conversas e partilhas de momentos, identificaram-me alguns fatores que explicam esta situação de «limite de recursos», nomeadamente: o aumento da população; a poluição; o consumo pouco diverso de espécies de pescado faz insistir na exploração contínua sobre as mesmas espécies que acabam por não ter o tempo suficiente para recuperação/renovação de gerações; a existência de um maior número de embarcações e com maior

capacidade de atividade, sobretudo devido à prática da pesca de arrasto. Se é certo que esta prática consegue capturar um número muito superior de pescado, é também certo que não existe controlo sobre essa mesma captura, nomeadamente no que diz respeito ao seu tamanho/peso. Desta forma, todo o pescado é arrastado, incluindo aquele que ainda não se reproduziu ou que está em fase de reprodução. Também devido a este método, é ainda mais difícil para os pescadores que exercem a sua atividade mais junto à costa e com recurso a técnicas artesanais conseguir obter uma «boa maré» dado que a quantidade de peixe que chega às zonas onde exercem a atividade são cada vez mais reduzidas.

Para além de existirem mais atores num mesmo campo de trabalho e como sugerido por um dos compradores de peixe mais conhecido na Fuzeta, atualmente reformado: “Talvez estejamos a pagar hoje pelas toneladas do passado. Pescava-se sem ordem”. Numa altura em que as questões relacionadas com a conservação, preservação e racionalização de recursos não constituíam ainda o ponto central das preocupações políticas e sociais.

A este propósito a direção da AAPF acrescenta ainda que: “Há menos peixe, talvez. Mas há também mais embarcações e maiores critérios e controlo sobre a captura de determinadas espécies”

Na União Europeia, na sequência do esgotamento dos seus recursos e para a contínua satisfação da procura, mais de 50% do seu consumo de pescado são atualmente provenientes de importações, a grande maioria de países em desenvolvimento. Por sinal, os países em desenvolvimento são particularmente dependentes do peixe como um meio de subsistência básica. A sobrepesca contínua dos seus mares coloca em perigo não apenas o risco de extinção de muitas unidades populacionais de espécies, mas também a soberania e segurança alimentar e a possibilidade de um rendimento regular.

Em Portugal, enquanto maiores consumidores de pescado na Europa, temos a responsabilidade e o poder de exigir práticas de pesca sustentáveis. Esta exigência passa, sobretudo, pelo nosso consumo. Como assinala Ângela Morgado (2018) Diretora da WWF Portugal, “é necessário mudar as políticas globais, a procura e o consumo numa direção mais sustentável para evitar a ausência de pescado e o desemprego de milhões de pessoas”. Dado que como salienta novamente Ângela Morgado “mais de 800 milhões de pessoas em todo o mundo encontram uma fonte de alimento, rendimento e subsistência na pesca e na aquicultura”

A WWF Portugal (2019) relembra que por pesca sustentável não se entende apanhar menos peixe. Trata-se, sim da captura do peixe certo, em quantidades toleráveis, ao mesmo tempo que se poupam os outros. É uma questão de usar técnicas de pesca sustentáveis, que não visam apenas maximizar o lucro a curto prazo, mas garantir a preservação a longo prazo dos nossos recursos valiosos.

Perante o registo que terminámos agora de fazer sobre o universo da atividade piscatória na Vila da Fuzeta, propomo-nos em jeito de conclusão a fazer uma breve articulação das particularidades salientadas anteriormente com os princípios identificados por Polany em 1944 na sua obra *A Grande Transformação*. Consideramos que este exercício vai trazer-nos uma visão mais rica sobre as especificidades da atividade piscatória, ponderando com a existência de outros princípios económicos para além do funcionamento do mercado.

No Princípio da Reciprocidade, Polanyi demonstra a existência de grupos de indivíduos que se associam para a realização de um objetivo comum. As “companhas” baseiam-se na confiança, na entreatura e na solidariedade entre camaradas para realizar das tarefas. Nesta relação, prevalecem os laços sociais, a generosidade e a reciprocidade como forma de responder aos momentos de desamparo e insegurança causados pela incerteza e instabilidade da atividade piscatória. Neste contexto, a dimensão relacional desempenha um papel central como estratégia de sobrevivência dos “camaradas”.

O Princípio da Domesticidade, Polanyi define-o como o exercício de “produzir e armazenar tendo em vista a satisfação das necessidades dos membros do grupo” (1944:189). A prática da “caldeirada” que consiste na retirada de algumas unidades de peixe do todo capturado constitui uma forma de subsistência do próprio grupo e dos respetivos agregados familiares. O trabalho do grupo para um fim comercial resulta, simultaneamente, na satisfação de necessidades de cada camarada individualmente.

O Princípio da Redistribuição deixa a ideia de que o fruto do trabalho de cada um é repartido por todos os elementos do grupo. No universo da pesca, o esforço e trabalho de cada “camarada” contribui para um objetivo comum, sendo a posterior redistribuição de bens ou dinheiro feita em partes iguais. Esta prática salvaguarda aqueles que, em dado momento e por circunstâncias diversas, não apresentam condições para a realização plena do ofício, seja por doença, pela idade, por falta de experiência ou por outras razões de âmbito pessoal. Sendo o contributo de cada um fundamental para a realização do objetivo final.

O pensamento introduzido por Polanyi permitiu a «libertação» da conceção de que o homem funciona como um «Homo Economicus» isto é, um ser egoísta, que visa apenas a obtenção de lucro e que não reconhece relações interpessoais, nem de pertença e reciprocidade para dar lugar a “outras economias” – em que a relação do homem com o meio é afetiva, emocional e intelectual e em que a economia se torna mais próxima do ser humano e da natureza. Para Pereira (2016) estas “outras economias” designadas pelo autor como “contramovimentos” constituem uma alternativa ao modelo dominante e vão ganhando visibilidade um pouco por todo o mundo.

Capítulo VI. O que nos diz o campo sobre o Comércio Justo e a Soberania Alimentar

Em capítulo anterior procurámos partilhar com o leitor a importância que o mar e todas as atividades ligadas à pesca têm na construção da narrativa da Vila da Fuzeta. Neste próximo capítulo vamos dar continuidade ao relato sobre a nossa experiência de campo, mas agora numa ótica de partilha do que aprendemos sobre o Cabaz Fresco Mar e o seu contributo para a defesa da Soberania Alimentar e Comércio Justo.

Vamos começar esta história pelo que o campo nos diz sobre a Soberania Alimentar.

O Cabaz Fresco Mar cumpre uma prática com foco na alimentação de qualidade, suficiente e saudável. Se aos clientes é devolvido o direito de soberania sobre as práticas e opções alimentares, dentro dos seus padrões culturais e com base nos recursos existentes na costa algarvia; aos pescadores procura-se devolver o controlo sobre o mar e o pescado, com base nas suas formas tradicionais de atividade, valorizando os seus conhecimentos e com respeito pela sua capacidade de trabalho.

A comodidade apresentada pelo cabaz – pescado amanhado e embalado, entregue na morada combinada, pronto a consumir ou a congelar - significou uma forma de incentivar as pessoas a comerem mais peixe e, mais importante, peixe que é da «nossa» costa.

A promoção do consumo de pescado local e proveniente da pesca artesanal constitui uma importante estratégia para a preservação e valorização das formas tradicionais de pesca, assim como dos conhecimentos e competências de homens e mulheres que a praticam. Este cabaz integra, por isso uma forma de proteção dos pescadores às estruturas do comércio internacional que ameaçam a subsistência das suas formas artesanais de atividade e a sua história.

Mas não apenas no âmbito cultural se faz sentir as potencialidades do Cabaz Fresco Mar. Paralelamente a estas possibilidades, é de mencionar a qualidade e frescura do produto apresentado. Expressões como “aqui o peixe sabe a peixe” são transversais a muitos diálogos que tive com os clientes. Estes aspetos foram, aliás, referidos por todos os clientes entrevistados como fatores que tornaram decisiva a sua fidelização ao Cabaz. Uma das clientes entrevistadas referiu-me que:

“É um produto local e de boa qualidade. É um produto da nossa região e é bom. Podia ser local e não ser bom, mas tem qualidade. Se temos bom peixe e pescadores daqui, porque vou comprar fora? Mas isto é como eu vejo as coisas, sou do tempo antigo”

E ainda que:

“O peixe do supermercado nunca é muito fresco, diga-se de passagem. No supermercado é peixe que não sabemos de onde ele vem e aqui no Algarve temos por tradição comer peixe fresco, porque sabemos que o Algarve é uma zona piscatória e tem sempre bom peixe e fresco e eles (o cabaz) dão-nos realmente a confiança que o peixe é de boa qualidade. Eles (o cabaz) logo de

manhã vão à lota aqui do Algarve, recolhem o peixe nessa lota e acabam por fazer o cabaz. Vem do mar para o cabaz.”

A comodidade do Cabaz Fresco Mar aliado ao comodismo dos clientes resultou na receita ideal para que esta iniciativa conseguisse gradualmente conquistar o seu espaço e reconhecimento no concelho de Faro.

Alguns dos entrevistados partilharam que com a falta de tempo para irem ao mercado municipal comprar peixe, a falta de «paciência» para irem ao sábado de manhã cedo procurar bom peixe, as múltiplas tarefas que reservam para o fim-de-semana e que reduzem a disponibilidade de ir à praça e a recusa em ir aos supermercados porque sabiam que o peixe ali vendido não era da «nossa costa», levava a que consumissem pescado apenas pontualmente.

Perante estes constrangimentos, o Cabaz Fresco Mar apresenta-se como uma solução alimentar cómoda e prática no dia-a-dia das famílias que o compram – apresentam um produto, meio preparado, com uma sugestão de confeção e pronto a ser confeccionado. Tudo isto sem que as pessoas tenham a necessidade de ter que sair de casa e aliado a ser um produto fresco e de qualidade.

Este foi, aliás, um dos aspetos salientados por todos os entrevistados como um dos motivos que os faz aderir à iniciativa. A ideia de que este constitui uma solução e uma menor preocupação com a alimentação diária está subjacente em muitos dos diálogos dos compradores de peixe:

“Decidi por uma questão de tempo. Chego a casa e tenho o peixe todo arranjadinho, pronto a comer ou a guardar na arca”

“Ocupava o meu sábado a fazer as compras. Agora faço outras coisas”

Todos os clientes entrevistados, famílias compostas, indicaram que a compra do Cabaz Fresco Mar veio substituir a sua compra de peixe em outras superfícies (mercados municipais ou supermercados) ainda que, pontualmente, façam compra de peixe noutros locais. Esta compra adicional acontece na maioria das vezes em refeições com maior número de pessoas (datas festivas, almoços de família, convívio com os amigos) e em que de facto o peixe que constitui o Cabaz não é suficiente. Ou, em situações em que o cliente tem um grande interesse de consumo por determinada espécie que não compõe o cabaz. Como referiu um dos clientes entrevistados:

“O cabaz representa a grande parte das compras que fazemos em casa em termos de peixe. Apenas vamos ao mercado quando queremos mesmo um certo peixe que já sabemos que não vem no cabaz. Foi o caso agora das sardinhas, queríamos muitas!”

Não obstante, o Cabaz Fresco Mar apesar de dar resposta às necessidades de consumo doméstico, não nega a compra de peixe por outros meios. Está ciente de que os cabazes são constituídos pelo que «vem à rede» podendo ter pouca ou muita diversidade, podendo responder ou não aos interesses

de consumo do cliente, sendo este livre de complementar a sua dieta com outras espécies e de outros locais.

O facto de os cabazes serem constituídos pelo que «vem à rede» e com um tempo de captura inferior a 24h significa que nunca existe um conhecimento prévio do tipo de pescado que vai haver para fazer os cabazes e que por isso os clientes também nunca sabem o que vão receber. Se para alguns pode ser entendido como um constrangimento, para outros é visto como um ponto forte da iniciativa, como salientou uma das famílias-clientes entrevistadas:

“Há uma coisa engraçada no cabaz que é não saber o que vem lá dentro. Até chamamos os miúdos e abrimos o cabaz juntos e depois procuramos e inventamos receitas. É bom para diversificar o que comemos!”

A prática do quem «vem à rede» e o facto de ser uma atividade praticada ao longo da «nossa costa» possibilitou também diversificar o consumo de peixe dos clientes, desmontando alguns hábitos de consumo e introduzindo outros. Alguns dos clientes referiram inclusive que muitas das espécies que já vieram nos seus cabazes, se estivessem no mercado e dependessem da sua escolha não a compravam porque desconhecem o nome, o sabor e formas de confeção. Com o cabaz há como uma espécie de obrigatoriedade positiva para experimentar e consumir.

Esta prática e os discursos hoje proferidos pelos clientes envolveu um trabalho de sensibilização e transmissão de informação sobre as espécies de pescado que se encontram na «nossa» costa e que são resultado da faina dos pescadores locais. Para além da informação que consta no site do Cabaz, este é um exercício praticado sobretudo pelas duas pessoas atualmente responsáveis pelo projeto e que realizam a distribuição dos cabazes. Ao chegarem junto dos clientes reservam um tempo para explicar o conteúdo do cabaz, os benefícios de cada espécie e a melhor forma de cozinhar.

Esta é uma questão transversal a todas as iniciativas de «cabazes» que gradualmente começam a aparecer, seja de peixe, seja de produtos da horta. O aspeto que torna estas iniciativas diferenciadoras face ao mercado convencional é o trabalho que se pode fazer junto do consumidor no sentido em que perceba que há coisas que apesar de não consumir, tem de aprender a consumir. Daí a importância da relação com o produtor ou com o seu intermediário para que se perca aquele primeiro receio e depois se torne uma questão de ir experimentando continuamente.

O esforço em promover uma alimentação dentro dos padrões culturais da comunidade e baseado em práticas locais não se limita aos atuais clientes e territórios abrangidos. Para um futuro próximo, o Cabaz Fresco Mar tenciona alargar a sua distribuição até São Brás de Alportel. Trata-se de uma zona envelhecida demograficamente e isolada geograficamente de outras cidades. Com o tempo viu também desaparecer as tradicionais vendas de carne, peixe, fruta e roupa em carrinhas que se deslocavam semanalmente à vila para fazer a venda. Se em termos de fruta e carne os residentes têm a possibilidade de ter uma produção de subsistência, o mesmo não se passa com o peixe. Além disso, tratando-se de uma população predominantemente idosa, tem ainda maior dificuldade em conseguir deslocar-se a outras cidades para comprar peixe fresco.

Assim, um dos objetivos próximos do Cabaz Fresco Mar passa por conseguir cobrir também esta zona geográfica e contribuir para a soberania alimentar desta população.

Avancemos agora a nossa história com a partilha do que o campo nos ditou sobre o Comércio Justo. O Cabaz Fresco Mar promove um modelo de comércio e relações entre dois grupos – pescadores e consumidores – que estimulam diretamente a economia, contribuem para o desenvolvimento da economia local e garantem a reprodução social e económica do território da Fuzeta e das identidades a ele associado.

Esta afirmação carece de esclarecimento para não se perder numa afirmação infundamentada. É precisamente na sua clarificação a que este ponto se dedica.

Este que começou por ser um projeto que «veio de fora» acabou por se tornar uma ideia trabalhada pela AAPF e que contou para a sua conceptualização e praticabilidade dos conhecimentos e experiências dos seus membros. Pensar e dar início ao projeto implicou a capacitação e autonomização dos membros da associação e envolveu alguns dos seus elementos na leitura acerca da metodologia utilizada pelos *Cabazes* em outros territórios e analisar a forma como este poderia ser adaptado à realidade da Fuzeta. Questões quanto ao local onde fazer as entregas; como entregar o cabaz; quantidade, diversidade, peso, periodicidade de entregas, cidades abrangidas, preço do cabaz, formas de divulgação, imagem do cabaz (nome, logotipo, site) foram preocupações que marcaram a fase inicial de pensar o cabaz.

Quando perguntei a diferentes membros da AAPF qual a mais-valia do Cabaz Fresco Mar, todos sem exceção e quase como se previssem antecipadamente que eu já ia fazer esta questão, responderam: “Deu emprego a duas pessoas da Fuzeta que estavam desempregadas”. Seleciono este primeiro facto não apenas pela unanimidade de opiniões, mas sobretudo, por ter vivido a paixão que estas duas pessoas, o José e a Paula⁵, entregam ao Cabaz Fresco Mar. O entusiasmo e a motivação com que realizam o trabalho e a autonomização que lhes é concedida para a gestão das tarefas, comprova a importância que o cabaz tem nas suas vidas.

Volvidos 4 anos da implementação do Cabaz Fresco Mar, a capacitação e desenvolvimento de competências são dimensões que não se esgotaram na fase inicial de pensar o projeto e que ainda hoje continuam a estar muito presentes no quotidiano sobretudo destas duas pessoas. Ainda que o mar e o peixe estejam desde há muito nas suas vidas, implicou que se relacionassem com outras tarefas para as quais até então não estavam muito familiarizados – gestão de encomendas (gerir o pescado existente pelo número de encomendas solicitadas, gerir a compra de pescado não repetindo com frequência as mesmas espécies) gestão de clientes (personalizar cada cabaz às preferências de cada consumidor, acompanhamento da experiência de cliente), competências de comunicação (comunicar com o cliente, comunicar o objetivo do Cabaz e o seu funcionamento), gestão de caixa (registo diário do dinheiro transacionado), gestão de tempo (agilizar a rota de distribuição de cabazes de acordo com a disponibilidade de cada cliente).

⁵ José e Paula correspondem a nomes fictícios

Constatamos, assim, e em consonância com os princípios do Comércio Justo, o contributo que o Cabaz Fresco Mar teve no reforço das capacidades organizativas, produtivas e comerciais no coletivo da AAPF e a nível individual de cada interveniente.

O José e a Paula, para além da responsabilidade no Cabaz Fresco Mar, desempenham também algumas funções no espaço de lota, ajudando na pesagem do pescado que chega pelas embarcações, na realização do leilão e no carregamento das carrinhas dos compradores. São funções que exigem, regra geral, um grande esforço físico e implicam a sua realização num curto espaço de tempo. Normalmente este trabalho decorre no intervalo entre a finalização da constituição dos cabazes e o início da sua distribuição. De todas as viagens de distribuição dos cabazes em que participei, tive a possibilidade de comprovar a transformação positiva das expressões de rosto, da boa disposição e entusiasmo dos dois trabalhadores e que marca o fim das funções na lota e a retoma às funções no Cabaz. Sentem que no âmbito do Cabaz Fresco Mar o seu trabalho é continuamente reconhecido, sobretudo pelos clientes, seja em forma de elogios, seja em forma de oportunidades de melhoria. Ao contrário do trabalho que desempenham na lota, que apesar de essencial para o seu bom funcionamento, sentem que passa despercebido pelos demais. Da minha experiência, pude ainda constatar que após a finalização das tarefas na lota e antes de se dar início à distribuição dos cabazes, reservam algum tempo para prepararem a sua apresentação. Esta apresentação, ainda que breve, envolve a ida a casa para troca de roupa, colocar um «cheirinho» e «mudar de cara». Isto porque segundo o José:

“O cliente não tem culpa dos assuntos que nos aborrecem na lota. Agora o tempo é para dedicar ao cliente”

A participação na distribuição dos cabazes fez-me sentir este momento como uma espécie de “carrossel de experiências” para o José e a Paula. Ambos encontram neste projeto e sobretudo nas viagens de distribuição uma forma de «escape» sua rotina diária, uma vez que implica a saída da Vila da Fuzeta e a deslocação até outras cidades (Faro, Olhão, Tavira). Usando uma expressão da Paula, estas viagens servem para “conhecer as novidades”. Assim, idas aos supermercados e pausas em pastelarias ou gelatarias são um hábito e uma característica dos circuitos de distribuição dos cabazes, sem que tenham a necessidade de informar ou justificar às suas famílias porque para todos os efeitos encontram-se em trabalho. Ao mesmo tempo conhecem outras pessoas que não as que habitualmente formam a sua rede informal de amigos e vizinhança. Conhecem “as pessoas importantes e os doutores” como menciona o José e vão alargando a sua rede social.

Mas não apenas na dimensão da inserção profissional e do desenvolvimento de novas competências se faz sentir a importância do Cabaz Fresco Mar. Paralelamente e de uma forma mais subtil, é de salientar a relação de amizade e entajuda que o cabaz permitiu que fosse desenvolvida entre os dois. Dimensão esta apenas perceptível porque me envolvi na vida do José e da Paula, quer no contexto de trabalho, quer em momentos informais no contexto da vila.

Apesar de já se conhecerem, foi o projeto e a partilha de responsabilidades que possibilitou que a relação avançasse para um nível de maior confiança e proximidade. Aproveitam as voltas de

distribuição, um espaço externo à Vila da Fuzeta, para partilharem as suas preocupações, desânimos e alegrias, seja de âmbito pessoal ou profissional.

Relembramos, assim, a dimensão que o Cabaz Fresco Mar pode desempenhar na luta contra a pobreza e/ou exclusão social, possibilitando a (re)construção de redes sociais e profissionais e o desenvolvimento pessoal. São precisamente estas dimensões que entregam um especial interesse científico, político e social a esta forma «alternativa» de economia.

Todavia, estas possibilidades encontram também lugar no lado dos pescadores. A cadeia comercial da atividade piscatória é marcada - desde a saída para o mar até à comercialização do pescado - pela instabilidade, incerteza e aleatoriedade dos seus resultados. É pelas particularidades instáveis que caracterizam cada uma das fases da atividade que o Cabaz Fresco Mar procura constituir-se como uma alternativa, provocando a «libertação» dos pescadores às estruturas de funcionamento do mercado convencional.

Na impossibilidade de haver uma relação direta entre o pescador e o consumidor final, o Cabaz Fresco Mar apresenta-se como um «intermediário justo» na medida em que procura eliminar, tanto quanto possível, os intermediários não necessários à relação comercial e garantir um preço justo para quem pesca e para quem consome. A não existência de uma relação direta entre o pescador e o cliente final é precisamente superada pelo facto de o intermediário nesta relação ser representado pela AAPF, entidade que trabalha para a representação, defesa e promoção dos direitos e interesses dos pescadores

Seguindo a legislação, o peixe utilizado para a constituição dos cabazes é comprado em lota e por meio do funcionamento em leilão, tal como se procede no modelo convencional. Os princípios que orientam a presença do Cabaz Fresco Mar no leilão, ao contrário dos compradores do mercado convencional, são regulados pela valorização do pescado. Isto é, não deixam que o preço em leilão atinja valores mínimos e por isso pouco compensatórios para os pescadores, comprando-o sempre ligeiramente acima do que é geralmente praticado em lota. Para este exercício utilizam os valores indicados pela Docapesca e muito conta também a experiência de trabalho e a relação que a AAPF mantém com a comunidade piscatória, estando por isso familiarizada com as inquietudes da venda do peixe.

Não deixa de constituir um aspeto interessante a forma como, num mesmo espaço de comercialização, onde o produto de interesse e os seus produtores são os mesmos, coexistem duas formas distintas de conceptualizar e praticar o funcionamento do mercado: de um lado, o modelo capitalista e baseado na maximização dos lucros e de outro lado, um modelo solidário e baseado na justiça dos rendimentos.

Ainda assim, um dos membros da AAPF relembra que:

“É preciso comprar com muita cautela. Quando aumentamos o preço do peixe os outros compradores fazem sempre alguma confusão porque estamos a aumentar a fasquia”

Outra prática que se começou a verificar e que demonstra a boa receção dos pescadores ao conceito do Cabaz Fresco Mar é a indicação prévia por parte dos pescadores do pescado que trazem do mar. Alguns pescadores de embarcações da Fuzeta ao saberem dos dias de distribuição dos Cabazes, tomam a iniciativa de ligar para os trabalhadores do Cabaz aquando do regresso do mar a informar do pescado que têm e da respetiva quantidade e questionam se pretendem adquirir algum para os cabazes. Na maioria das vezes é adquirido na sua totalidade pela AAPF.

Durante a minha presença na comunidade, tive a oportunidade de conversar com um dos pescadores que tem como hábito esta prática. Quando questionei sobre as mais-valias deste Cabaz, respondeu-me:

“Possibilita que eu possa descarregar o peixe na Fuzeta e não em Olhão. Permite-me poupar tempo e preocupações. Acontece é que nem sempre tenho peixe, ou para os dias em que há cabaz ou a diversidade que é preciso. Mas quando tenho, eles compram!”

E ainda que:

“Prefiro vender o meu peixe para o cabaz, claro. Menos preocupações e melhor preço pelo peixe. Pena minha que não seja mais vezes”

A intenção do Cabaz Fresco Mar é precisamente estabelecer um circuito curto de comércio e dar a quem pesca, ou seja, a quem mais arrisca, uma posição de maior equidade na cadeia de comercialização.

Esta não é uma metodologia isenta de algumas limitações quanto ao seu funcionamento. Na Fuzeta, as suas “companhas” dedicam-se sobretudo à captura de Polvo – zona costeira propícia a esta espécie e com maior rentabilidade económica quando comparado com o pescado – sendo, por isso, reduzido o número atual de pescadores que tenham como atividade a pesca de rede e que descarreguem o seu peixe em lota. Contabilizam-se nestas condições cerca de 4 pescadores. Por outro lado, devido à aleatoriedade dos recursos que se consegue trazer do mar, é também sempre incerta a quantidade/variedade/tamanho do pescado que conseguem capturar.

O Cabaz Fresco Mar ainda que procure dar prioridade à compra de peixe por via destes 4 pescadores, o certo é que nem sempre estes pescadores têm peixe, ou a diversidade e quantidade suficiente para fazer os cabazes. A questão da quantidade e diversidade é vista dos dois lados da balança. Se há dias que não têm quantidade ou diversidade suficiente; há outros dias que trazem quantidade e diversidade elevada, mas o cabaz não tem ainda a capacidade de a absorver e escoar.

Como explicou um dos elementos da AAPF:

“Se o Sr. F trazer 1 tonelada de fanecas, nós não temos como comprar essa quantidade toda! Não vamos comprar na 2ª para um cabaz que é de 6ª. E se o Sr. A por acaso só trazer fanecas? Não podemos fazer os cabazes apenas com um tipo de peixe”

É por isso ainda difícil a «fidelização» do cabaz a um conjunto fixo de pescadores e assegurar que todo o pescado que trazem do mar será por este meio adquirido. Ainda assim, quando o pescado não

é adquirido a estes pescadores «semi-fidelizados» a metodologia do cabaz mantém-se para com as restantes “companhas” a quem é comprado o peixe – assegurar sempre um preço melhor pelo pescado.

Pelas condicionalidades da atividade piscatória no seu geral e pelas características em particular na Fuzeta, é ainda limitada a capacidade do Cabaz Fresco Mar em estabelecer uma parceria efetiva com o mercado para conseguir agregar novos grupos de “companhas” e absorver todo ou grande parte do pescado que trazem do mar.

Assim, questionamos se a disparidade de rendas entre os pescadores que regularmente fazem parte deste modelo alternativo, os pescadores que pontualmente vendem para o cabaz e os que nunca foram abrangidos, não potenciará a criação de «ilhas de desenvolvimento».

Porém, o trabalho da AAPF não pode estar isento de uma reflexão acerca da sustentabilidade da sua iniciativa. Ao comprarem a um preço que permita um melhor rendimento ao pescador, têm de ter igualmente em conta a própria capacidade e alavancagem financeira da associação para que ainda consiga ter lucro. As contas realizadas baseiam-se na seguinte relação: em média o cabaz tem um custo de 7€/Kg ao cliente, por isso para um balanço positivo das contas o cabaz tem de ter um custo à AAPF de 5€/kg. Daí o cabaz ser sempre constituído por três ou quatro espécies diferentes de pescado e com distintos valores comerciais. Deste exercício surge o «preço justo» para o cliente, na medida em que consegue ter acesso a maior quantidade, diversidade e qualidade de peixe a um menor preço, quando comparado com um dos locais seus concorrentes, por exemplo o mercado municipal.

Este «preço justo» é confirmado pelos clientes que das entrevistas realizadas indicaram considerar este um preço razoável face à qualidade apresentada, tendo alguns referido ainda que aceitariam o aumento do preço por cabaz desde que a apresentação se mantivesse. Apesar de considerarem que este modelo potencia a possibilidade de os pescadores conseguirem obter um melhor rendimento, não é esta a primeira razão que os faz tornarem-se clientes. Há, em primeira instância, uma ponderação sobre as várias opções existentes e uma escolha sobre aquela que consideram a melhor para si, neste caso com o acréscimo de que garante um melhor preço ao pescador, sendo este considerado pelo cliente como um fator positivo. O exercício consiste, por isso, em apresentar as mais-valias do Cabaz Fresco Mar, permitindo a migração dos clientes dos locais de comercialização habituais para o modelo do Cabaz.

A preocupação com os possíveis ganhos e com os possíveis prejuízos foi uma das questões levantadas pelos membros da Assembleia Geral da AAPF quando questionei acerca da sua reação à proposta inicial de implementarem o Cabaz Fresco Mar. Todos demonstraram que a fase inicial foi marcada por alguma inquietação quanto à perspetiva de lucros que o Cabaz poderia trazer. Atualmente, ultrapassada esta questão, as reflexões em torno da mais-valia do projeto encontra os seguintes argumentos:

“Deu emprego a mais duas pessoas e permitiu termos uma carrinha”

“O Cabaz funciona mais numa perspetiva de educação e sensibilização do que de lucro. Não dá prejuízo, mas também não é disto que vivemos”

Relembramos assim, e voltando a encontrar reflexo nos princípios defendidos pelo Comércio Justo, o carácter alternativo do Cabaz Fresco Mar na procura de uma economia mais humanizada e solidária.

Tendo em conta a forma de funcionamento do mercado do peixe, o Cabaz Fresco Mar apresenta-se como o «intermediário justo» que medeia a relação entre consumidor e pescador. Apresentando-se como intermediário, procede à compra de peixe a um preço justo aos seus pescadores e exige a transparência sobre todos os aspetos relacionados com o tipo de pesca praticada, o pescado que constitui os cabazes e a forma como as relações laborais na “companha” são geridas.

Quanto mais nos relacionamos com o funcionamento da pesca, mais se denota a necessidade de surgirem este tipo de iniciativas, criativas e inovadoras, como forma de sobrevivência das populações que mais são afetadas pela crise do sector, não apenas os pescadores, mas todo o agregado familiar que acaba inevitavelmente por ser afetado pelas incertezas da atividade.

Terminada esta primeira análise de conteúdo mais económico e social, avancemos a nossa narrativa com a apresentação da forma como se estabelecem as relações entre os protagonistas do Cabaz Fresco Mar. Este que foi um tema onde encontramos certas especificidades que merecem o nosso interesse.

O modelo comercial seguido pelo Cabaz Fresco Mar ao estabelecer um circuito curto de comercialização fomenta a proximidade entre os seus atores. Este modelo, por envolver menos pessoas e por se relacionarem num espaço geográfico mais reduzido permite para além da menor dispersão das parcelas de dinheiro pelos vários atores e fases da cadeia comercial, que as relações interpessoais que ligam as pessoas permaneçam mais «vivas». Neste modelo, o Cabaz Fresco Mar constitui o único intermediário entre os pescadores e o cliente final, sendo representado pelo José e pela Paula.

A nossa experiência no terreno sugere-nos que as relações existentes entre os clientes e o José e a Paula são, na sua grande maioria, ditadas pela circunstância. Ou seja, são resultado e dependem para a sua existência da aquisição do cabaz de peixe. Imaginar o fim do Cabaz Fresco Mar implica imaginar também o fim das relações que surgiram deste contexto, porque deixa de existir o pretexto que ocasionou o encontro e interação entre este conjunto de atores.

Todavia, a nossa experiência de observação participante revela-nos também a existência de um espectro variável de relações existentes dentro da dimensão «circunstancial». As relações de maior confiança e de mais «a vontade» têm lugar com os clientes mais antigos. É com estes clientes onde, regra geral, se permanece mais tempo, onde se trocam alguns minutos de conversa sobre diversos temas, onde por vezes se entra nas casas dos clientes para cumprimentar a restante família, onde existe tempo para brincar com as crianças da família ou onde se partilha as receitas feitas com o pescado do cabaz da semana anterior. Por outro lado, as relações mais «frágeis» acontecem com os clientes mais recentes ou com os clientes que apenas pontualmente fazem a aquisição do cabaz.

A dimensão temporal – duração e frequência da relação e tipo de interação – revela-se por isso fundamental para compreender o processo de confiança e a sua transição entre um nível inicial e um nível consolidado.

O surpreendente destas relações, sejam elas de maior ou menor consolidação, é que são baseadas no valor da confiança. Aliando à excelente apresentação de cada cabaz, a confiança chega ao cliente pela garantia de que o pescado é da «nossa» costa, dos «nossos» pescadores. Esta constatação

conduz-nos novamente à associação entre a proximidade e a construção de relações de confiança. A proximidade, neste contexto, tendo em conta que os clientes não conhecem os pescadores, nem estão familiarizados com o campo de trabalho, e na maioria dos casos nem pertencem à Vila da Fuzeta, alarga-se para além da dimensão geográfica. São, por isso, «virtuais» e encontram razão de ser por haver uma identificação pessoal ao território, com a atividade piscatória ou com um produto que sendo local ou «nosso», parece assumir a conotação de ser comunitário.

Confirmamos, desta forma, a importância da confiança e da proximidade para o sucesso das experiências de comércio justo.

“As minhas clientes” é uma expressão usada frequentemente pelo José quando se trata de falar de quem compra os cabazes e é sempre acompanhada por um sorriso da Paula. Simples palavras, mas que procuram designar muito mais do que uma relação momentânea entre cliente e vendedor. A expressão «a minha cliente» está associada a um sentimento saudável de compromisso para com o cliente e designa uma relação que é reencontrada semanalmente ou quinzenalmente e que a cada novo encontro se vai tornando mais próxima.

A ideia de que indiretamente fazem parte da vida dos clientes, porque em parte são responsáveis pela sua alimentação no que diz respeito ao peixe, é um sentimento partilhado pelo José e pela Paula. São quem escolhe, amanha, embala e entrega o peixe. Neste processo, procuram constituir o cabaz de acordo com as informações que vão ganhando acerca de cada cliente: os seus gostos e preferências; como preferem cozinhar o peixe (assado, frito, grelhado); que espécies não querem de todo receber e com base nestas informações procuram personalizar cada cabaz. Há ainda um esforço envolvido na adaptação do cabaz ao tipo de família a que se destina. Por exemplo, se se tratar de um agregado familiar com crianças pequenas, procuram sempre fornecer peixe que seja mais atrativo para as crianças (poucas espinhas, fácil de cozinhar, mais saboroso).

É de notar a forma como o José e a Paula fazem parte da vida de algumas destas crianças, inclusive algumas que as viram nascer e que deste então todas as semanas vão às suas casas deixar o cabaz de peixe.

A este propósito um dos clientes referiu-me na entrevista:

“O meu filho já sabe quando à 3ª feira batem à porta. Diz logo que vem aí o amigo do peixe. Depois vai buscar a caixa da semana passada e entrega ao José em troca da caixa desta semana. Esta relação até facilitou que o nosso filho achasse mais piada a comer peixe. É do amigo”

A especialização de uma equipa para um serviço personalizado a cada cliente é um dos aspetos que torna a experiência do Cabaz Fresco Mar diferenciadora face às outras experiências de comercialização que se pode encontrar por outros meios. Esta diferenciação encontra lugar quer no tempo que é dispensado com cada cliente, em que o José e a Paula reservam alguma conversa sobre o que trazem no cabaz, quer na elaboração do próprio cabaz, em que procuram adaptá-lo aos interesses e preferências do cliente.

Nesta ótica, quando questionei os clientes sobre as diferenças que encontram face à compra de pescado em supermercados, as respostas sugeridas apresentavam como denominador comum o fator «tempo» e «personalização» na elaboração dos cabazes:

“Eu sei que aqui eles perdem tempo a pensar no meu cabaz. A pensar no que me vão dar e a arranjá-lo. Nos mercados, apesar de também haver produtos locais, são arranjados à pressa e eu sou apenas mais um cliente”

“Aqui o atendimento é personalizado. É diferente de um supermercado que atende centenas de pessoas por dia, aqui conhecem-nos”

Ou ainda que:

“Só nos conhecemos por causa do Cabaz. Mas foi crescendo e só não passamos mais tempo juntos porque eles têm sempre imensos cabazes para entregar. O José chega aqui e diz “olha faça assim ou assado” e eu faço sempre como ele diz”

Relativamente à relação que é estabelecida com os pescadores, esta é tão próxima quanto a possível tendo em conta a conjuntura da comercialização do peixe. O compromisso da proximidade ao pescador é assegurado pelo facto de o pescado ser comprado sempre pela AAPF e sempre que possível aos pescadores armadores de Olhão e da Fuzeta, que praticam a sua atividade ao largo da costa algarvia. Mas se a proximidade geográfica é garantida, o mesmo nem sempre acontece com a proximidade social. Quando se tratam de “companhas” da Fuzeta a relação com os pescadores é, na sua generalidade, de longa duração, uma vez que se tratam de pescadores desde sempre residentes na Vila e há um conhecimento acerca do tipo de pesca que praticam, a forma como tratam o pescado, o tipo de embarcações que utilizam. Nestes casos, também os pescadores conhecem a iniciativa do Cabaz Fresco Mar e sabem qual será o destino final do seu peixe.

Quando se trata de “companhas” de outras direções, à exceção de se saber que são pescadores «locais» não há um conhecimento concreto acerca do seu mestre e da sua embarcação. E, nestes casos, os pescadores também não sabem que o seu peixe está a ser adquirido para este tipo de mercado e quais as mais-valias que esta iniciativa pode ter na melhoria de rendimentos.

Neste campo, relembramos a presença dos princípios do Comércio Justo no respeito e preocupação pelo bem-estar das pessoas e na prioridade que é dada à atividade exercida localmente, de pequena escala e de forma artesanal. Do ponto de vista da economia local, não deixa de ser interessante a reflexão em torno da confiança enquanto elemento regulador da economia e das suas relações. Numa economia de mercado, em que o homem funciona como um ser egoísta e orientado para o ganho individual, exemplos como os descritos anteriormente permitem-nos a migração de uma ideia de economia “pobre” e escassa na formulação de respostas às questões sociais, para uma ideia de economia mais próxima do ser humano e em interação constante com o outro.

Para terminar a nossa história, vamos concluir com a apresentação do que encontramos sobre o contributo do Cabaz Fresco Mar para o bom cuidado ambiental.

Para responder aos problemas ambientais relacionados com a atividade piscatória, existem práticas desenvolvidas pelo Cabaz Fresco Mar que devem ser valorizadas, sobretudo na resposta ao problema da sobre-exploração de recursos.

O Cabaz Fresco Mar ao propor um modelo baseado numa relação de proximidade entre o pescador e o consumidor, eliminando tanto quanto possível os intermediários não necessários e garantindo que o pescado que constitui os cabazes têm um período de captura inferior a 24h. Contribui para uma melhor gestão da utilização de recursos, havendo fases e recursos que caracterizam o modelo convencional – congelamento, embalagem, transporte por longas distâncias, transformação – que não acontecem no modelo proposto pelo Cabaz.

O pescado que constitui os cabazes tem sempre a garantia de que é proveniente de “companhas” da Fuzeta e Olhão. Trata-se de embarcações locais, de pequena dimensão e que praticam uma pesca artesanal, o que constitui um modelo mais limpo, que prima pela utilização de modelos tradicionais de pesca, sem recurso a técnicas ou embarcações que modifiquem as características originais do mar e da sua fauna e flora.

Os cabazes que chegam ao cliente são constituídos sempre por três ou quatro espécies diferentes de pescado da «nossa» costa, proveniente de uma pesca artesanal e de pequena escala. Ao largo da nossa costa existem espécies suficientes que permitem a diversificação do nosso consumo. Sobretudo a pesca artesanal permite a captura de multiespecies mas que, em parte pela falta de conhecimento sobre o seu sabor ou sobre a forma como a cozinhar, apenas uma parte dela é adquirida pelo consumidor. Em contorno a esta situação, os cabazes são por vezes acompanhados de receitas para que o cliente aprenda sobre a forma de cozinhar determinadas espécies e quais os benefícios do seu consumo. Se houver uma valorização de espécies que geralmente não têm grande valor comercial e que acabam por ser utilizadas para outros fins (farinha de peixe, alimentação de outras espécies) estamos a criar novos nichos de consumo e novas oportunidades para os pescadores de pequena frota e de âmbito local.

A propósito da diversificação do consumo de espécies de pescado, um dos clientes entrevistados referiu-me:

“Eu só comprava quatro espécies de peixe: salmão, robalo, dourada e bacalhau. Agora descobri outras espécies, ou melhor, eu sabia que elas existiam, mas nunca tinha comprado. Não sei porquê. Não eram peixes que estivesse habituado a comer. Mas agora sim”

Desta forma, ao Cabaz Fresco Mar cumpre também uma vertente de sensibilização nos seus cabazes, incutindo uma responsabilidade partilhada – entre consumidores e compradores – sobre a tomada de opções mais sustentáveis na compra de pescado, nacional ou importado. Questões relacionadas com a escolha do tamanho, a espécie e a sua proveniência são aspetos ponderados pela AAPF na aquisição do pescado para os cabazes. Por exemplo, ao nível do tamanho do peixe, procuram sempre comprar peixe maior, porque sabem à partida que já teve tempo para se reproduzir e por isso ajuda na recuperação geracional dessas espécies. Ou ainda, se existirem espécies de pescado em

período de defeso⁶ não a vão utilizar para a constituição dos cabazes. Este exercício apesar de ser realizado pelos membros do Cabaz Fresco Mar e de chegar pronto ao cliente final, não sendo este envolvido na preparação do seu próprio cabaz segundo opções de consumo mais responsáveis, acaba por ter um efeito informativo e de exemplo para futuras compras de pescado. Permanece aqui a ideia de que pelo exemplo também se educa.

Esta é também uma prática de sensibilização que vai além das fronteiras do Cabaz Fresco Mar. A própria AAPF procura partilhar com os restantes sócios da associação para que orientem igualmente a sua atividade de acordo com essas indicações.

Relembremos, assim, o reflexo do movimento do comércio justo no exercício de sensibilizar e (re)educar os atores locais para a tomada de opções de consumo mais responsáveis e os pescadores para a adoção de práticas piscatórias mais conscientes e sensíveis à preservação do ambiente.

Se esta não for uma responsabilidade partilhada entre todos os atores que compõe a cadeia comercial, chegaremos a um momento em que a sobre-exploração de recursos é tal que a importação de pescado caracterizará grande parte do nosso consumo de peixe. Por sinal, esta importação alargar-se-á a outros mares quase sempre ao largo de países em desenvolvimento em que a pesca constitui um meio de subsistência de milhões de pessoas.

6.1 Breve reflexão sobre os resultados do estudo

A superação dos problemas que o Cabaz Fresco Mar realça – gestão e preservação dos recursos naturais, pagamento a um preço justo pelo trabalho dos pescadores, alimentação saudável, equilibrada e dentro dos padrões culturais, valorização das formas artesanais de pesca – são centrais ao exercício de definir o Cabaz Fresco Mar como sendo uma iniciativa de Comércio Justo. No capítulo anterior procurámos apresentar o que aprendemos no campo, articulando em simultâneo com os princípios defendidos pelo Comércio Justo e Soberania Alimentar.

Para este capítulo consideramos pertinente chamar novamente à discussão o conceito base do Mestrado em que se insere a presente dissertação – desenvolvimento – para assim fazer uma breve articulação sobre o que aprendemos no campo. Como veremos de seguida, o Cabaz Fresco Mar contribui com várias das suas práticas para a ideia de desenvolvimento, independentemente da «fileira» que possamos tomar para a sua análise. Vejamos algumas das perspetivas:

Se perspetivarmos as pessoas e as comunidades locais como o centro do protagonismo do desenvolvimento, verificamos que nesta ótica encontramos presente os princípios do Cabaz Fresco Mar.

⁶ Período em que as atividades de pesca e caça são proibidas. Este período é definido de acordo com a altura em que os animais se reproduzem e visa à preservação das espécies.

Esta perspetiva do desenvolvimento é a que integra para a sua definição o conceito de Desenvolvimento Local e Desenvolvimento Participativo ou seguindo a arrumação sugerida por Roque Amaro (2003) a «fileiras das pessoas e das comunidades» ou «fileira vermelha».

O Desenvolvimento Local exprime “o processo de satisfação de necessidades e de melhoria das condições de vida de uma comunidade local, a partir essencialmente das suas capacidades, assumindo aquela o protagonismo principal nesse processo e segundo uma perspetiva integrada dos problemas e das respostas” (Amaro 2003:57).

Por sua vez, o Desenvolvimento Participativo acentua a “adoção de uma metodologia participativa nos processos de mudança e de melhoria das condições de vida das populações. Desde a conceção e decisão à avaliação, passando pela execução, direção e acompanhamento, implicando a afirmação plena da cidadania, nos seus direitos e deveres” (Amaro 2003:57)

Para ambas as perspetivas a participação ativa de todos e o exercício pleno da cidadania são pré-requisitos para a superação das necessidades sentidas.

O Cabaz Fresco Mar resultou precisamente de duas fontes de contribuições que se demonstraram decisivas para o sucesso do mesmo. De um lado os recursos endógenos - os conhecimentos, competências e experiências de homens e mulheres que há muito se dedicam e relacionam com a atividade piscatória e que se encontram organizados numa associação da sociedade civil, a AAPF; de outro lado os recursos exógenos – os conhecimentos, as competências e a experiência de técnicos e académicos. No seu conjunto, ambos os contributos permitiram demonstrar a viabilidade e pertinência da iniciativa num contexto de globalização.

O Cabaz Fresco Mar apela, por isso, a um processo de valorização dos recursos locais e de participação de todos os interessados, com vista ao desenho de uma iniciativa «à sua medida». Sendo que estes recursos locais podem ser, simultaneamente, os pescadores, as suas formas artesanais de praticar a pesca e tratar o pescado, as espécies de pescado da costa algarvia, as infraestruturas existentes localmente, as parcerias e apoios instituídos. Mas se este é um processo que visa essencialmente a defesa dos interesses e direitos dos pescadores, não deixa também de constituir um processo que reivindica os deveres e responsabilidades dos mesmos para o bom desenvolvimento da iniciativa. Sobretudo no que diz respeito às boas práticas que concorram para o prestígio da iniciativa, nomeadamente em termos da atividade piscatória e do tratamento do pescado capturado.

E o conceito de *empowerment* sendo um termo central é, simultaneamente, um exercício de reforço de capacidades, competências e poder dos pescadores e restantes membros da associação e um meio para a «libertação» face às estruturas de poder exógenas que tendem a sobressair-se ou a anular a autoridade local.

É consensual que as dinâmicas locais são fundamentais para atingir os objetivos do desenvolvimento sustentável (Vivas, Montagut, 2006). Razeto (1992) salienta que o desenvolvimento local acontece quando as pessoas encontram no seu território o conjunto de bens e serviços necessários ao seu bem-estar e à satisfação das suas necessidades. Na mesma perspetiva, Amartya Sen indica que os principais indicadores de desenvolvimento humano residem na capacidade que as populações empobrecidas e excluídas têm para produzir e trocar, dentro dos seus territórios.

Mas se perspetivarmos o desenvolvimento através de uma vertente de teor mais económico, verificamos que também neste campo se encontra presente o contributo do Cabaz Fresco Mar, quer seja pela criação e manutenção de postos de trabalho, pelo aumento dos recursos disponíveis na AAPF (carrinha térmica, zona de preparação do pescado, atualização do espaço de lota), quer seja pela publicidade que intrinsecamente é feita à Vila da Fuzeta. Muitos clientes acabam por visitar a vila contribuindo para a dinamização da economia local, através dos seus pequenos consumos em restaurantes, cafés ou mercado.

Estas são fileiras intrinsecamente relacionadas e de forte interação entre si. Por exemplo, a criação e manutenção de postos de trabalho, o desenvolvimento de novas competências e a requalificação profissional, tem um forte impacto no desenvolvimento local da comunidade, dando a possibilidade aos seus residentes de potenciarem o seu perfil de empregabilidade e de terem a oportunidade de desempenhar uma profissão no seu próprio território. Se esta sequência, por um lado, assume uma vertente económica – criação de postos de trabalho, dinamização dos serviços locais - por outro lado é de grande importância para o sentimento de realização pessoal. Em conjunto contribuem para o desenvolvimento local da região.

Todavia, se perspetivarmos o desenvolvimento através de uma maior consciência ecológica e de coresponsabilização pela boa gestão dos recursos naturais, podemos concluir que o Cabaz Fresco Mar através das suas práticas ambientais, apresenta uma preocupação com a «fileira ambiental» ou «fileira verde» seguindo novamente a arrumação proposta por Roque Amaro (2003). Para evitar a sobre-exploração continuada sobre as mesmas espécies, aposta na diversificação do consumo de peixe e na sensibilização dos clientes para esta problemática; para evitar o esgotamento dos recursos, cumpre com as indicações em termos de tamanho e peso para cada espécie de pescado e respeita os períodos de defeso; para evitar a destruição ou descaracterização da fauna e flora da «nossa» costa promove a prática de uma pesca local e artesanal que representa uma atividade mais limpa.

Esta é a fileira que integra o conceito de Desenvolvimento Sustentável, definido no Relatório Brundtland – O Nosso Futuro Comum (1987:37) como “o processo de satisfação de necessidades atuais que não põe em causa a satisfação de necessidades das gerações futuras”.

Esta definição apresenta três aspetos fundamentais para a sua melhor compreensão. Em primeiro lugar, a ideia de haver um sentido de solidariedade intergeracional, ou seja, de coresponsabilização pelo bem-viver de gerações futuras. Em segundo lugar, a ideia de integração da gestão de recursos naturais, ou seja, a utilização responsável dos recursos naturais para a satisfação das necessidades para que não comprometa a existência futura de recursos para a satisfação de outras necessidades. Por fim, em terceiro lugar, a durabilidade dos processos de produção e consumo inerentes ao desenvolvimento, ou seja, a capacidade de criar uma dinâmica de crescimento equilibrada, entre a entrada e a saída dos recursos (Amaro, 2003).

Ainda assim, é também possível articular o Cabaz Fresco Mar com a «fileira» dos Direitos Humanos e da dignidade humana ou «fileira azul». Esta é a fileira que associa o desenvolvimento ao respeito pelos Direitos Humanos e ao compromisso de garantir limiares mínimos de sobrevivência e de dignidade humana (Amaro, 2003). Para esta fileira contribui o conceito de Desenvolvimento Humano

que é definido atualmente como: “o processo de aumento das escolhas das pessoas, que lhes permitam levar uma vida longa e saudável, adquirir conhecimento, ter acesso aos recursos necessários para um nível de vida digno, enquanto preservam para as gerações futuras, proteger a segurança pessoal e alcançar a igualdade para todas as mulheres homens” (PNUD, 2003).

A ideia central deste conceito é o aumento das opções dos indivíduos por forma a terem condições suficientes para satisfazerem as suas necessidades básicas e manterem um nível de vida digno. É precisamente no exercício de expansão das possibilidades, quer dos consumidores, quer dos pescadores, para serem soberanos no que diz respeito à sua produção e ao seu consumo, mas também no exercício de remoção dos vários tipos de constrangimentos que deixam às pessoas pouca escolha para exercerem a sua ação, que o Cabaz Fresco Mar encontra o seu contributo.

O exercício de alargamento das oportunidades perseguido pelo Cabaz Fresco Mar traduz-se, por exemplo, na procura em garantir um preço justo ao pescador, contribuindo para que este tenha um rendimento digno para assegurar a satisfação das suas necessidades e da sua família; procura defender a pesca local e artesanal de forma a contribuir para a manutenção da atividade, dando maior segurança aos grupos de “companhas” para a preservação da sua atividade profissional; defende os interesses e os direitos dos pescadores e da atividade piscatória, valoriza o pescado local e sensibiliza os consumidores para o consumo destas espécies, contribuindo para o acesso a uma alimentação equilibrada, diversificada e com base nos recursos locais.

Perspetivar o desenvolvimento como um processo de alargamento das oportunidades conduz-nos novamente à reflexão de Sen (2003). No seio da expansão das liberdades, encontrar-se-á as possibilidades para o seu desenvolvimento. Se perspetivarmos o desenvolvimento como liberdade, então certamente que o Comércio Justo contribui para o enriquecimento deste conceito.

Existe, portanto, uma grande diversidade de caminhos, todos eles com zonas sobrepostas de atuação e com forte interação entre si.

Apoiar estes caminhos e a multiplicidade de iniciativas integradas nestes caminhos «alternativos» significa apoiar um modelo de desenvolvimento mais sustentável e redistributivo dos recursos, significa apoiar uma experiência de reorganização e de luta popular e significa apoiar um projeto que visa também a transformação social. Mesmo que não tão significativa do ponto de vista da eficácia comercial, mais sem dúvida mais significativa do ponto de vista da valorização do homem e do seu trabalho e da interação entre homem e natureza.

Considerações

Este texto resulta de uma *viagem* muito rica.

Na verdade, partimos com inúmeras dúvidas e interrogações e chegamos agora aqui, a um lugar que deveria ser final, e que por isso talvez devesse tomar o título de conclusões. Mas não chegámos ao fim, continuamos com muito para aprender, daí o título que lhe demos. Ainda assim, procurámos sistematizar algumas das considerações que nos suscitou.

Sendo que começamos por destacar que, segundo pudemos compreender ao longo deste estudo, o valor do trabalho, o tempo necessário para a pesca e as condições físicas, ambientais e sociais em que essa atividade é realizada, se constituem em informação que não é automaticamente perceptível nos atos de compra.

Na verdade, quando nos dirigirmos a uma superfície comercial verificamos os valores de troca (os preços do pescado) mas não conseguimos perceber o quanto desse valor corresponde ao trabalho humano envolvido na atividade de pesca. Foi precisamente por meio das relações que travei com a comunidade piscatória da Vila da Fuzeta que consegui ganhar um maior entendimento sobre a informação «escondida» por trás do preço do pescado. Informação esta que não é significativa, não só do real trabalho envolvido, como também não é compensatória face à incerteza, ao risco e aleatoriedade da atividade. No âmbito desta «ausência» de informação a estratégia seguida pelo Cabaz Fresco Mar consiste em mudar os valores com que os clientes realizam as suas compras e o seu consumo, mas também a forma como valorizam o trabalho envolvido na sua realização. No exercício de reconhecimento do valor do trabalho envolvido na atividade piscatória, a AAPF pelos anos de experiência neste setor e pela proximidade que mantém com quem trabalha no mar, tem um conhecimento acrescido sobre as adversidades da atividade e consegue lançar um preço justo pelo pescado. Se esta prática significa assegurar um rendimento superior, significa também a valorização do tempo e trabalho envolvidos na sua realização.

A segunda constatação conduz-nos ao sentido criativo e inovador de procura de alternativas que constituem um movimento de resistência dos produtores de pequena dimensão à competição com a agroindústria, nesta que é à partida uma relação desigual com os preços dos alimentos provenientes de monoculturas industriais a serem tendencialmente mais baratos do que os alimentos com origem em pequenas atividades locais.

Face a esta concorrência, a maioria dos pequenos produtores, independentemente da sua atividade, encontra um nicho de mercado onde consegue dar continuidade à sua atividade e onde não existe lugar à competição com as indústrias alimentares. Servem de exemplo: as iniciativas de agricultura comunitária, as atividades de subsistência e a venda de excedentes nos mercados locais e/ou pela vizinhança, a venda direta aos restaurantes locais, as iniciativas de comércio de proximidade, as iniciativas integradas no quadro maior da Economia Social e Solidária como sejam as iniciativas de economia de partilha e os cabazes alimentares

Este tipo de iniciativas permite aos seus responsáveis a preservação das suas formas de atividade e constitui um meio de proteção face às estruturas do mercado convencional que tendem a anular ou a sobrepor-se às suas formas tradicionais de produção.

A terceira é a constatação de que o movimento seguido pelos dois principais conceitos em análise na presente dissertação – comércio justo e soberania alimentar – e promovidos na iniciativa Cabaz Fresco Mar assumem na sua prática e conceptualização uma dimensão de luta contra a exclusão social, uma dimensão de desenvolvimento local e participativo e uma dimensão de educação e sensibilização dos vários atores (consumidores e pescadores) para a melhor gestão e preservação dos recursos naturais.

Este quadro de potencialidades permite prever um cenário favorável à multiplicação destas iniciativas, que por sinal começam a surgir um pouco por todo o mundo e com múltiplos produtos associados – O *PROVE* com origem em Setúbal e que apresenta Cabazes de produtos das hortas locais; a *Fruta Feia* que procura combater o desperdício alimentar com a comercialização de frutas que não são adquiridas pelos supermercados; o *Cabaz Fresco Mar* da Fuzeta ou o *Cabaz do Mar* de Sesimbra com a oferta de pescado da «nossa» costa; As *Capuchinhas* da Aldeia de Campo Benfeito (Castro d’Aire) com têxteis trabalhados à forma antiga por um grupo de 5 mulheres da aldeia. Paralelamente as lojas de Comércio Justo, como é o caso da loja do CIDAC, constituem também um importante lugar de divulgação de vários produtos nacionais e internacionais e que são resultado de uma cadeia de comércio justo.

Trata-se de cenários que propõe uma alternativa à economia capitalista por meio de iniciativas lideradas pelas organizações da economia social e da educação dos atores locais. No fundo, estas pequenas iniciativas de resistência revelam como estes atores sociais, aqui assumidos pelos protagonistas da AAPF, não são figuras passivas. Desenvolvem estratégias que além de serem uma forma de resistência, constituem um meio de minimizar a incerteza associada à atividade piscatória, sobretudo no que diz respeito à sua componente económica.

A quarta é a constatação de que o vasto campo de possibilidades destas iniciativas – preservação e valorização das formas artesanais de praticar a atividade, promoção dos produtos locais, defesa dos interesses da profissão – não invalida que os discursos e as práticas continuem a apontar para um futuro onde a atividade piscatória, de rede e artesanal, não tem lugar. Ao longo do trabalho de campo questionámo-nos sobre a esperança de vida destas iniciativas. Dado que o número de “companhas” atualmente existentes na Fuzeta tem vindo a decrescer e o mesmo acontece com as perspetivas de se conseguir atrair a atenção de jovens para a aprendizagem do ofício. Desta forma a adaptação do trabalho tem sido uma constante, procurando fazer as mesmas funções necessárias, mas com menos recursos humanos e, por sinal, recursos com menos vitalidade para a atividade.

Os pescadores procuram hoje prever o futuro através de práticas que revelam uma resistência face às regras impostas. Estas incertezas quanto ao futuro da atividade piscatória conduzem-nos à reflexão em torno do próprio futuro do projeto. Adaptar-se-á à realidade conforme tem sido feito pela pesca? Terá o seu fim em conjunto com a pesca artesanal?

Outras possibilidades começam a surgir. Ideias com forte potencial para a promoção do Cabaz Fresco Mar, quer seja na captação de novos clientes, quer seja para levar a mensagem do Cabaz a mais pessoas. Constitui assunto de reflexão o abastecimento de refeitórios de instituições públicas ou privadas, como é o caso das escolas, hospitais, centros de saúde, residências de idosos. Mesmo com um começo semanal, serviria para gradualmente captar a atenção dos clientes, para colher o apoio de

mais entidades e para dispensar uma alimentação de qualidade da «nossa» costa. Atualmente o Cabaz Fresco Mar fornece pontualmente um Lar de Idosos perto da Fuzeta. Para já sem frequência definida, mas tem vindo a constituir uma parceria cada vez mais concertada. Esta possibilidade abre a oportunidade a que os organismos públicos e privados existentes no território façam uso dos recursos existentes localmente, promovendo os seus produtos, educando e sensibilizando a população para hábitos de consumo mais responsáveis e contribuindo para a dinamização da economia local.

Em tom conclusivo deste conjunto de considerações, poderemos confirmar que «resistência», «proteção» e «libertação» são ações que caracterizam transversalmente as várias iniciativas que surgem precisamente com este propósito: «resistir» às tentativas de substituição das formas tradicionais de produção; «proteger» a classe produtora faces aos efeitos do mercado globalizado e «libertar» os produtores dos circuitos de economia de mercado, encontrando um meio alternativo onde possam continuar a desempenhar a sua atividade.

Em resposta à pergunta que orientou a presente dissertação – *Poderão ser a pequena escala comercial e a proximidade a chave do sucesso de experiências de comércio justo como a do Cabaz Fresco do Mar?* – A pesquisa que realizámos leva-nos a considerar essa possibilidade e a considerar também o seu contributo para a própria prática do desenvolvimento, independentemente da perspetiva que possamos tomar para a sua análise, como tivemos oportunidade de analisar anteriormente.

Quando nos perguntámos inicialmente se o comércio pode ser justo, acreditamos agora que estas iniciativas, para além dos seus perfis ao nível da escala e localidade, importa também considerar o seu contributo para a mudança de paradigma ao nível da tomada de outros hábitos de consumo, mais responsáveis e mais conscientes e para a «libertação» dos pequenos produtores (neste caso dos pescadores). Pois só desta forma se poderá eventualmente encontrar um caminho diferente face ao poder de dominância que também nesta matéria é permitido pela globalização.

É certo que devemos pensar em mudanças graduais, umas de teor mais educativo e de sensibilização dos consumidores, outras de teor de maior segurança no trabalho, neste caso para os pescadores. Estas são, considero, dimensões fundamentais para o sucesso de qualquer iniciativa de Comércio Justo. O compromisso das pessoas, a nível individual e coletivo, é como sublinham Vivas e Montagut (2006), a melhor garantia de um projeto de transformação social e de uma sociedade livre.

Importa ainda ressaltar, sublinhando-se em certa medida o que ficou dito atrás, que certos produtos introduzidos na cadeia de comércio justo apenas sobrevivem se forem projetados para uma escala de comércio local, de pequena dimensão. Falamos de produtos alimentares, sobretudo se forem frescos, como é o caso do Cabaz Fresco Mar ou os Cabazes da Horta. Trata-se de produtos que se devem consumir frescos e a respeitar os princípios do Comércio Justo, não têm características que lhes permitam uma circulação justa (a pegada muito reduzida, senão zero como se deve pretender) a nível internacional e que por isso, apenas a nível local encontram a possibilidade de serem comercializados por meio deste movimento. As características dos produtos devem assim ser também um aspeto a considerar no que concerne ao alcance de uma distribuição “justa”.

Este aspeto leva-nos a uma possível pista de investigação a realizar no futuro. Gostaríamos de alargar esta pesquisa a outro tipo de produtos que não os alimentares ou produtos alimentares que não os frescos e a outro tipo de rotas que não apenas a dimensão local. Consideramos que assim, ao ter um olhar sobre diferentes produtos e diferentes rotas do Comércio Justo, nos permitirá ter uma visão mais completa do movimento do Comércio Justo: como funciona cada setor, principais desafios de cada rota, problemas da produção de cada produto.

Arriscamo-nos aqui a confirmar que antes de ser um projeto de Comércio Justo, o Cabaz Fresco Mar é uma experiência que serve de exemplo para a (re)organização da comercialização, almejando um modelo de economia mais próximo dos seus atores e por isso mais humanizada. Nesta perspetiva da «humanização» da economia, o Cabaz Fresco Mar valoriza o trabalho dos pescadores e procura retribuir com um preço justo pela sua faina.

Por enquanto, os projetos de Comércio Justo, com o marco da soberania alimentar estão a dar passos pequenos iniciais e a conquistar o seu espaço e atenção entre consumidores e produtores. Mas é verdade também que geram cada vez maior entusiasmo entre importantes segmentos da sociedade civil, com um forte sentido de responsabilidade e resistência a pressões que procuram substituir ou anular os seus princípios. Considero que vivemos num tempo em que iremos assistir ao crescimento e aprimoramento de todo o conjunto de iniciativas que um pouco por todo o mundo começam a surgir. Sejam lideradas por organizações enquadradas na grande dinâmica da Economia Social e Solidária, sejam as pequenas iniciativas de resistência de produtores e pescadores locais que lutam pela sua atividade, muitas vezes de subsistência. O aumento de movimentos da sociedade civil em prol de mudanças de vária índole permite fazer pensar que nos espera uma mudança de paradigma económico e social. Esta ideia de mudança, defendida por Roque Amaro, apela à diluição de um único modelo económico para a co-existência de diversos sistemas económicos, uma espécie de economia plural, em que outras economias possam existir e conviver – economia de mercado, economia de partilha, economia social e solidária, economia verde, economia circular. Nesta panóplia de novos sistemas, procura-se certamente uma conceptualização mais justa da economia.

É certo que continuam as dúvidas sobre se este processo constitui efetivamente uma alternativa ao sistema dominante, mas constitui certamente uma transformação na sociedade e esses processos, como nos diz Pedro Hespanha (2009) não podem ser ignorados ou silenciados.

Bibliografia

- Agência Catalã de Consumo (2006), “El Comerç just i la gran distribució a Catalunya” em Montagut, Xavier; Vivas, Esther (2007) *Supermercados, no gracias: grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*. Edição: Icaria pp. 155
- Amaro, Rogério Roque (2009), “A Economia Solidária da Macaronésia – Um novo conceito” *Revista de Economia Solidária*, 1, pp. 11-29
- Amaro, Rogério Roque (2003), “Desenvolvimento – um conceito ultrapassado ou em renovação? Da Teoria à prática e da prática à teoria”, *Caderno de Estudos Africanos*, 4, pp.35-70 ISCTE, Lisboa
- Amorim, Vanessa (2015), *Marés de incerteza. Etnografia do presente liminar na comunidade piscatória de Setúbal*. Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Antropologia. ISCTE, Lisboa
- Akram-Lodhi, Haroon. (2013), “Food Sovereignty: a critical dialogue”, comunicação apresentada na XIV Internacional Conference – *How to Build Food Sovereignty*, realizada no âmbito do Programa Agrarian Studies, Yale University, 14-15 Maio de 2013, New Haven
- Akram-Lodhi, Haroon. (2013a) *Hungry for Change: Farmers, Food Justice and the Agrarian Question*. Halifax and Winnipeg: Fernwood Books.
- Bastos, Maria Inês Namorado Ferreira Bastos (2014), *Governança Partilhada em contextos de Desenvolvimento local – o caso CLIP – Recursos e Desenvolvimento*. Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento, Diversidades Locais e Desafios Mundiais, Lisboa, ISCTE
- Besson, Michel (2011), “Por uma verdadeira equidade nos nossos intercâmbios económicos” em Vivas, Esther; Montagut, Xavier (orgs). *Para onde vai o Comércio Justo?* Edição Icaria, 2011, pp. 75-85
- Braudrillard, Jean (1995). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa, Edições 70
- Carmo, Hermano (2007). *Desenvolvimento Comunitário*. Edição: Universidade Aberta. 2ª Edição
- Carraro, Fernández (2006) *El rompezcabezas de la equidad*. Barcelona. Edição: Icaria
- Caserta, Ângelo (2003). *As Duas Almas do Comércio Justo*. Revista Antípodas Julho-Setembro, pp.161-162
- Centro de Investigação e Desenvolvimento Amílcar Cabral (2008). *Comércio Justo: Interdependência Sul/Norte - Atividades Pedagógicas*. Edição: Instituto Marquês Vale Flor, Lisboa
- Centro de Investigação e Desenvolvimento Amílcar Cabral (2019), *Comércio e Desenvolvimento: Comércio Justo*. Disponível: <https://www.cidac.pt/index.php/o-que-fazemos/comercio-e-desenvolvimento/comercio-justo/> [Acedido em Fevereiro 2019]
- Centro de Investigação e Desenvolvimento Amílcar Cabral (2019a), *Comércio e Desenvolvimento: Economia Solidária*. Disponível: <https://www.cidac.pt/index.php/o-que-fazemos/comercio-e-desenvolvimento/economia-solidaria/> [Acedido em Fevereiro 2019]
- Coordinadora Europea de La Vía Campesina (2008). *Creación de la Coordinadora Europea Vía Campesina*. Disponível: <http://www.enlazandoalternativas.org>. [Acedido em Março 2019]
- Dooley, Larry M. (2002). *Case Study Research and Theory Building. Academy of Human Resource Development*. Edição: SAGE. Versão online disponível em: <http://adh.sagepub.com/content/4/3/335>
- EFTA (2001), *Fair Trade in Europe: Facts and Figures on the fair trade sector in 18 European Countries*. European Fair Trade Association, European Commission

- Espaço por um Comércio Justo (s.d) *Manifesto Abrindo Espaço por um Comércio Justo – Espaço Comércio Justo*
- Fernández, Carla (2011). *Espaço por um Comércio Justo. Alternativas em rede – um estudo de caso*. Lisboa, Escolar Editora
- Ferreira, Daniela (s.d), *As Consequências da Revolução Verde. Ambiente e Sustentabilidade*. Portal PME. Disponível em: <https://pme.pt/revolucao-verde/> [Acedido em Fevereiro 2019]
- Ferreira, Sílvia (2009), “A invenção estratégica do terceiro sector como estrutura de observação mútua: Uma abordagem histórico-conceptual”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 84, pp 169-192
- Fragoso, António (2005). “Contributos para o debate teórico sobre o desenvolvimento local: Um ensaio baseado em experiências investigativas”. *Revista Lusófona de Educação*, V, pp.63-83.
- Fretel, Afonso Cotera et al (2009), *Comércio Justo Sur-Sur. Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. Peru, Edição Grupo Red de Economía Solidaria del Perú
- Gaiger, Luiz Inácio; Hespanha, Pedro; Cattani, Antonio David; Lavelle, Jean-Lois (2004). *Dicionário Internacional da Outra Economia*. Brasil, Almedina Editora.
- Galván Tudela, Alberto e José Pascual Fernández (1996), “Pescadores: las sociedades de Pescadores y la antropología”, em Prat, Joan y Martínez Angel (1996), *Ensayos de Antropología Social: Homenaje a Claudio Esteva Fabregat*, Barcelona, Ariel
- Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (2001), em Fretel, Afonso Cotera et al (2009), *Comércio Justo Sur-Sur. Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. Peru, Edição Grupo Red de Economía Solidaria del Perú pp18
- Hespanha, Pedro (2009), “Da expansão dos mercados à metamorfose das economias populares”. *Revista crítica de Ciências Sociais*, nº 84, pp.49-63
- Holt-Giménez, Eric (2008), *La crisis mundial de alimentos: que hay detrás y qué podemos hacer* (Online). Disponível em: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=87939>
- Holt-Giménez, Eric; Patel, Raj (2010), *Rebeliones alimentarias*. Barcelona. Edição El Viejo Topo.
- Holt-Giménez, Eric. (2010), *Food security, food justice or food sovereignty? Food First Backgrounder* (online). Disponível: https://foodfirst.org/wp-content/uploads/2013/12/BK16_4-2010-Winter_Food_Movements_bckgrndr-.pdf
- Holt-Giménez, Eric (2011), *Food Movements Unite! Strategies to Transform Our Food Systems*, Oakland, Edição Food First Books.
- Holt-Giménez (2017), *A Foodie’s Guide to Capitalism. Undersanting the Political Economic of What We Eat*. New York. Edição Food First Books.
- HLPE, (2014), *Pesca e aquicultura sustentável na segurança alimentar e nutricional*. O relatório do Painel de Alto Nível de Peritos sobre Segurança Alimentar e Nutricional do Comité de Segurança Alimentar Mundial, Roma. pp 34. <http://www.fao.org/3/a-i3844e.pdf>
- Johnson, W. Pierre (2004). *Cadernos de Proposições para o século XXI – Economia Social e Solidária*. Instituto Pólis, São Paulo.
- Larrinaga, Andrés (2006), “Construir algo novo: reinventando o Comércio Justo”, em Vivas, Esther; Montagut, Xavier (2006), *Para onde vai o comércio Justo?* Produções culturais. CIDAC/Mó de Vida pp106-115
- Lavelle, Jean-Louis (2009), “A Economia Solidária: um movimento internacional”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 84, Março pp. 7-47

- Lopes, Carlos (2011), "Crescimento económico e desigualdade: As novidades pós-Consenso de Washington", *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº94 pp 3-20
- Mance, André Euclides (2002), *Redes de Colaboração Solidárias. Aspetos económico- filosóficos: complexidade e libertação*. Curitiba, Edição Petrópolis, Vozes.
- Mbembe, Victor Nzuzi (2007), "Entrevista realizada no Fórum pela Soberania Alimentar, organizado em Mali" em Vivas, Esther; Montagut, Xavier (orgs). *Do Campo Para a Mesa*. Icaria, 2011, pp. 55-61
- Melo, Paulo Germano Vieira (2015), *A Economia Solidária, o Desenvolvimento Local Sustentável e as Redes Locais de Prosumidores: o papel das Redes Locais de Prosumidores no desenvolvimento local sustentável*. Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau Mestre em Economia Social e Solidária, Lisboa, ISCTE
- Montagut, Xavier; Dogliotti, Fabrizio (2006), *Alimentos globalizados. Soberania alimentaria y comercio justo*. I Edição, Barcelona
- Nilsson, Magnus (2019), *Proximity and the trust formation process*. European Planning Studies, vol 27, nº5 pp 841-861
- Nunes, M. N (COORD) (2017) *Intervenção Comunitária. Conhecimentos e Práticas da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa*. Lisboa, Edição: Santa Casa
- Oliveira, Carlos Manuel Ramos (1971), *Fuzeta, uma abordagem Antropológica*. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas Ultramarinas, Lisboa.
- Paulillo, Luiz Fernando (2006), *Agroindústria e Citricultura no Brasil: Diferenças e Dominâncias*. Rio de Janeiro, E-Papers.
- Patel, Raj. (2007), *Trangressing rights: La Via Campesina's call for food sovereignty*. *Journal Feminist Economics*, 13, pp 87 – 116
- Patel, Raj. (2012), *Stuffed and Starved: The Hidden Battle for the World Food System* (2nd Edition), Brooklyn, NY: Melville House
- Pereira, Ana Cristina Fontes Domingues (2016), *Polanyi e a Economia Social e Solidária: contributos para respostas aos problemas sociais atuais*. Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Economia Social. Lisboa, ISCTE-IUL
- P.N.U.D (2003), Relatório do Desenvolvimento Humano, Queluz, Ed. Mensagem
- Polanyi, Karl. (1944), *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Times*, Boston, Beacon Hill Press
- Poupart, Jean; Deslauriers, Jean-Pierre; Groulx, Lionel; Laperrière, Anne; Mayer, Robert; Pires, Álvaro (2008), *A Pesquisa Qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Nasser – Petrópolis: Vozes (Coleção Sociologia)
- Quintão, Carlota (2004), "Elementos para referenciação teórica e conceptual" Comunicação apresentada no V Congresso Português de Sociologia – *Sociedade Contemporâneas: Reflexividade e Ação*, Universidade do Minho, 12 a 15 Maio de 2004
- Raynolds, Laura, Douglas Murray e John Wilkinson (2007), *Fair Trade – The Challenges of Transforming Globalization*. New York, Routledge
- Razeto, Luis (1992), "Desarrollo local y economía popular" em *Educación y Economía Popular*, Ed CEAAL, Costa Rica.
- Rede Nacional de Consumo Responsável (2007), *Manual para o Voluntariado em Consumo Responsável*. Lisboa, Instituto de Solidariedade e Cooperação Universitária
- Renard, Marie-Christine (2003), "Fair Trade: quality, market and conventions", *Journal of rural studies*, 19, pp 87-96. Mexico, Universidad Autónoma Chapingo

- Rocha, Helena Maria Campos Costa Lourenço (2015), *Serviço Social e Ambiente: a sustentabilidade ecológica das comunidades socialmente vulneráveis*. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do Grau Doutor em Serviço Social. ISCTE, Lisboa
- Rosset, P; Collins, J; Moore Lappé, F (2000), “*Leciones de la Revolución Verde*”, *Revista del Sur*, Julho-Agosto 2000
- Saint-Georges, P. (1997), “Pesquisa e crítica das fontes de documentação nos domínios económico, social e político”, em Albarello et. al. *Práticas e métodos de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Sampieri, R H.; Collado, C. F.; Lucio, P. B (2006), *Metodología de pesquisa*. São Paulo: McGrawHill Interamericana do Brasil.
- Santos, Boaventura Sousa. (1997), “Por uma conceção multicultural de direitos humanos”, *Revista Crítica das Ciências Sociais*, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e Centro de Estudos Sociais 48, pp. 11-32
- Saragih, Henry (s.d). Carta aberta dirigida ao secretário-geral da FAO Jacques Diouf, ao primeiro-ministro do Japão, Yasuo Fukuda e ao presidente do G77 John W. Ashe por ocasião da cimeira do G8 (Japão). em Vivas, Esther; Montagut, Xavier (orgs). *Do Campo Para a Mesa*. Icaria, 2011, pp. 45
- Sen, Amartya (2003), *O Desenvolvimento como Liberdade*. Editora Gradiva – Coleção Trajetos
- Singh, Kular (2007), *Quantitative Social Research Methods*. SAGE Publications
- Stiglitz, Joseph. (2009), *Comércio Justo para Todos. Como pode o comércio promover o desenvolvimento*. Lisboa, Texto Editores
- United Nations (1987), *Our Common Future*. Report of the World Commission on Environment and Development.
- Via Campesina, Movimento Campesino Internacional (2003), *Que Es La Soberania Alimentaria*. Disponível: <https://viacampesina.org/es/que-es-la-soberania-alimentaria/> [Acedido em Janeiro 2019]
- Vinuto, Juliana (2014), “A Amostragem em Bola de Neve na Pesquisa Qualitativa: Um debate em aberto”, *Revista de Pós-Graduados em Ciências Sociais*, Unicamp,Campinas, pp. 201-218
- Vivas, Esther; Montagut, Xavir (2006). *Para onde vai o comércio Justo?* Produções culturais. CIDAC/Mó de Vida
- Vivas, Esther; Montagut, Xavier (2011). *Do Campo para a Mesa*. Produções culturais. CIDAC/Mó de Vida
- World Wide Fund Portugal (2018), Acabou o peixe nos mares europeus: abastecimento até ao fim do ano tem de ser feito através de importações. Disponível em: <https://expresso.pt/sociedade/2018-07-09-Acabou-o-peixe-nos-mares-europeus-abastecimento-ate-ao-fim-do-ano-tem-de-ser-feito-atraves-de-importacoes> [Acesso junho 2019]
- World Wide Fund Portugal (2019), Por que é que produtos do mar sustentáveis são bons para a economia. Disponível: <https://www.fishforward.eu/pt-pt/economy/> [Acesso junho 2019]
- Yin, Robert (2009), *Case Study Research – Design and Methods*. 4th Edition, Sage Publications, Thousand Oaks, USA.
- Yin, Robert (2003), *Applications of Case Study Research*. 2nd Edition, Sage Publications, Thousand Oaks, USA.

Legislação e Documentos

- Decreto-lei nº81/2005. Emissor: Ministério da Agricultura, Pescas e Florestas. Publicação: Diário da República nº77, série I-A de 2005-04-20. Disponível: <https://dre.pt/pesquisa/-/search/547844/details/maximized>

Associação de Armadores de Pesca da Fuzeta (2013). Estatutos da Associação

Grupo de Trabalho Sistema do Comércio Justo e Solidário (2006) Termos de referência Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário (SCJS). Disponível: <http://www.unisolbrasil.org.br/2015/wp-content/uploads/2009/08/termo-justo-comercio-solidario-scjs.pdf>. Acesso em Março 2019

Semanário Regional do Algarve Barlavento. Edição 21 Fevereiro 2016. Disponível: <https://www.barlavento.pt/destaque/cabaz-frescomar-leva-peixe-fresco-a-casa-no-sotavento>

Anexos

Anexo A - Fotografias

(Todas as fotografias são da minha autoria)



Figura 1. Embarcações da Vila da Fuzeta



Figura 2. Embarcações da Vila da Fuzeta



Figura 3. Preparação do Leilão



Figura 4. Espaço de lota



Figura 5. Polvo acima do tamanho médio



Figura 6. Seleção do pescado para Cabaz



Figura 7. Constituição dos cabazes



Figura 8. Carrinha Cabaz Fresco Mar



Figura 9. Distribuição dos Cabazes



Figura 10. Cabaz Fresco Mar



Figura 11. Almoço na Lota com os membros da AAPF



Figura 12. Festa N. Sra. Conceição



Figura 13. Procissão dos Pescadores

	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização/Formação 	<p>relações comerciais</p> <ul style="list-style-type: none"> Mudança Individual/Mudança social 	<p>atualização das técnicas de trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> Ações de sensibilização/formação para a tomada de consciência sobre o custo social/ambiental da produção e do papel/poder dos consumidores
<p>Soberania Alimentar</p>	<ul style="list-style-type: none"> Autonomia do Estado/Povo Direito à alimentação Relocalização do poder de decisão 	<ul style="list-style-type: none"> Gestão de Políticas Justiça Alimentar Controlo local na tomada de decisão Recursos endógenos Diversidade Cultural Produtiva e 	<ul style="list-style-type: none"> Nível de independência e soberania do povo/Estado na definição e aplicação das políticas agrícolas e alimentares. Acesso a uma alimentação suficiente, saudável e dentro dos padrões culturais de cada comunidade; alimentação como um bem-público Soberania das populações na gestão dos recursos locais; na tomada de decisões; rejeição à privatização dos recursos naturais Recursos endógenos existentes; formas de utilização dos recursos endógenos; forma como são preservados e partilhados; capacitação da comunidade Modelo de produção em pequena escala; priorização do consumo de alimentos locais; rejeição de políticas, ações e programas que subestimem a produção e produtores locais

	▪ Proteção Ambiental	▪ Práticas de preservação da Natureza	▪ Modo de produção e gestão de recursos em consonância com o ciclo da natureza
--	----------------------	---------------------------------------	--

**Contributo para um estudo sobre comércio justo: um olhar sobre a
experiência Cabaz Fresco do Mar na Fuzeta**

Guião de Entrevista – Clientes do Cabaz Fresco Mar

Idade:

Sexo:

Escolaridade/Profissão:

1. Como tiveram conhecimento deste Cabaz?
2. Há quanto tempo compram o Cabaz?
3. Com que frequência compram o Cabaz?
4. Porque decidiram aderir a esta iniciativa?
5. Porque preferem a compra deste cabaz à compra em outros locais?
6. A compra do Cabaz substitui a compra de peixe em outros locais?
7. (no caso de não substituir). Em que contexto adquire o cabaz?
8. Como se processa a entrega do Cabaz?
9. Ficou a conhecer algumas espécies de pescado ou formas de cozinhar?
10. Recomendaria o cabaz a outras pessoas? Porquê?

**Contributo para um estudo sobre comércio justo: um olhar sobre a
experiência Cabaz Fresco do Mar na Fuzeta**

Guião de Entrevista – Direção do Cabaz Fresco Mar

Idade:

Sexo:

Escolaridade/Profissão:

1. Como surge o Cabaz Fresco Mar? (como foi pensado, de quem surge a ideia, quem esteve envolvido, como foi o processo)
2. Atualmente quantas pessoas estão envolvidas no Cabaz? Como estão organizadas?
3. Que tipo de comércio oferece o Cabaz Fresco Mar?
4. Como é que definem o preço justo?
5. Como fazem a distribuição pelos consumidores? Que dificuldades enfrentam?
6. Que estratégias estão a realizar para conseguir captar/sensibilizar os consumidores e pescadores?
7. Qual é a mais-valia dos pescadores estarem associados à associação?
8. Como são contratualizadas as relações com os pescadores?
9. Existem diferenças entre o que era o objetivo inicial do Cabaz Fresco Mar e o que está implementado atualmente?
10. Quais os principais objetivos para o futuro do Cabaz Fresco Mar?

Contributo para um estudo sobre comércio justo: um olhar sobre a experiência Cabaz Fresco do Mar na Fuzeta

Guião de Entrevista – Pescadores

Idade:

Sexo:

Escolaridade/Profissão:

1. Há quanto tempo é pescador?
 - 1.1 Como surgiu para si esta profissão?
2. Qual o estado da pesca na Fuzeta? Quais os principais problemas enfrentados?
3. Que tipo de pesca é praticada atualmente na Fuzeta?
4. Quais são os principais locais para onde vendem o peixe?
 - 3.1 E foi sempre assim?
5. Que motivos vos leva a recorrer a ajuda/apoio da Associação?
6. Como é que o vosso pescado consegue chegar ao Cabaz Fresco Mar?
7. Consegue escoar todo o peixe para o Cabaz ou também tem de vender para outros locais?
8. Existe rivalidade entre os pescadores pela venda do peixe ao cabaz?
9. Como deveria ser definido o preço do peixe?
10. Quando são definidas as políticas de pesca, quem é que representa os pescadores?

ESTATUTOS

CAPÍTULO I

Denominação, sede e fins

Artigo 1º

A AAPF – ASSOCIAÇÃO DE ARMADORES DE PESCA DA FUSETA é uma associação de Armadores de Pesca sem fins lucrativos, com personalidade jurídica, NIPC 510878210, de duração ilimitada e constituída ao abrigo e de conformidade com o disposto na Lei.

Artigo 2º

1- A Associação tem a sua sede na Rua da Liberdade Nº1, Edifício do Sport Lisboa e Fuseta, na freguesia da Fuseta, concelho de Olhão, podendo ser transferida para outra localidade, no território nacional, por deliberação da assembleia geral.

2- Por deliberação da Assembleia Geral, poderá a Associação integrar-se em quaisquer outras organizações congéneres, nomeadamente Uniões, Federações ou Confederações, nacionais ou estrangeiras.

Artigo 3º

1- A Associação tem por fim a representação, defesa, promoção e estudo dos direitos e interesses dos seus associados e o desenvolvimento das indústrias que exercem, tanto da pesca como das que lhe são afins.

2- A Associação tomará a seu cargo todos os assuntos relacionados com contratações coletivas de trabalho e negociará, em nome dos seus associados, com os sindicatos respetivos, salvo no que delegar, no todo ou em parte, em organizações congéneres.

3 – Será também da competência da associação:

- a) Oferecer às empresas associadas serviços destinados a apoiar e incentivar o respetivo desenvolvimento;
- b) Definir as linhas gerais de defesa e harmonização de interesses dos empresários inclusivamente incentivando a atividade cooperativa, bem como zelar pelo exercício comum dos respetivos direitos e obrigações;
- c) Implementar ações e serviços especializados de formação e de informação que apoiem os associados no acompanhamento das tecnologias e na gestão empresarial
- d) Promover o acesso a estudos estatísticos e bancos de dados e à elaboração de projetos económicos e financeiros, quer através de meios próprios, quer através de serviços de terceiros
- e) Delegar ou representar junto das uniões, federações e confederações as empresas, e, em casos específicos, devidamente justificados, representar junto das entidades oficiais competentes os interesses das empresas associadas.

CAPÍTULO II

Dos Associados

Artigo 4º

1- Podem ser membros da Associação todas as pessoas, singulares ou coletivas, que exerçam a sua atividade na indústria de pesca com embarcações próprias ou por qualquer outro título colocadas à disposição

2- Não podem ser admitidos como sócios os que tenham aberto falência classificada de fraudulenta, ou tenham exercido a gerência em qualquer sociedade dissolvida nessas condições, salvo se tiverem sido ilibados de responsabilidade.

Artigo 5º

1- A admissão dos sócios é da competência da Direção e será formulada em proposta subscrita pelo candidato e dois associados

2- Da deliberação que recuse a admissão, caberá recursos, pelos proponentes, para a primeira Assembleia Geral que se realizar.

Artigo 6º

São direitos dos sócios:

- a) Tomar parte nas Assembleias Gerais;
- b) Eleger e ser eleito para todos os cargos sociais;
- c) Requerer a convocação da Assembleia Geral;
- d) Apresentar sugestões que julguem convenientes à realização dos fins estatutários;
- e) Utilizar todos os serviços da Associação, nas condições que forem estabelecidas pelos Órgãos Diretivos;
- f) Usufruir de todos os demais benefícios ou regalias previstos nos Estatutos
- g) Examinar a escrita nas datas previstas para o efeito

Artigo 7º

São deveres dos sócios, para além do estabelecido na legislação sobre Associações Patronais:

- a) Pagar a jóia e as quotas fixadas em Assembleia Geral;
- b) Comparecer às assembleias Gerais e reuniões para que foram convocados, votar e ser votado
- c) Cumprir as resoluções da Assembleia Geral e da Direção, quando legalmente determinadas;
- d) Cumprir as obrigações que resultem da celebração de convenções coletivas de trabalho, negociadas pela Associação ou, em seu nome, por qualquer União, Federação ou Confederação;
- e) Exercer os cargos sociais para que for eleito, salvo impedimento devidamente justificado e aceite pela Assembleia Geral;
- f) Prestar à associação as informações que lhe forem solicitadas;
- g) Prestar toda a colaboração às iniciativas que concorram para o prestígio e desenvolvimento da Associação.

Artigo 8º

Perda de direitos e exclusão de sócios

1- Perdem o direito de sócio:

- a) Os que durante três anos consecutivos não matriculem nenhum dos seus navios para a pesca, na região do Algarve;
- b) Os que forem suspensos, nos termos do regulamento, e enquanto durar a suspensão;
- c) Os que, tendo em débito mais de seis meses de quotas, não as liquidarem no prazo que lhe for fixado pela Direção, através de carta registada

2- Serão excluídos de sócios:

- a) Os que tenham praticado atos contrários aos objetivos da Associação ou suscetíveis de afetar o seu prestígio;
- b) Os que tenham praticado atos que resultem prejuízos graves, materiais e morais, à Associação ou seus associados, quando devidamente comprovados
- c) Os que falirem fraudulentamente.

3- A perda de direitos de sócios é da competência da Direção, devendo, contudo, ser ratificada na Assembleia geral imediatamente posterior

4 – A exclusão de sócios compete à Assembleia Geral, por proposta da Direção

Artigo 9º

Da demissão de sócios

Os sócios podem demitir-se desde que, para tanto, apresentem o seu pedido à Direção, por carta registada com aviso de receção

1- A demissão tornar-se-á efetiva um mês depois da data de receção do pedido

2- O sócio demissionário fica obrigado a liquidar todos os seus compromissos para com a Associação e respeitantes ao ano em que a demissão se verificar, no mínimo de três meses

3- O sócio demitido ou excluído, perde o direito ao património social

CAPÍTULO III

Dos órgãos administrativos, delegações ou representantes e das eleições

São órgãos administrativos da Associação a assembleia geral, o conselho diretivo e o conselho fiscal

Artigo 10º

A duração dos mandados é de 4 anos, sendo permitida a reeleição

Artigo 11º

Em qualquer dos órgãos sociais, cada um dos componentes tem direito a um voto, tendo o presidente voto de qualidade, em caso de empate. Executa-se a assembleia geral, na qual cada associado utilizado o número de votos correspondentes aos navios inscritos na Associação, com o limite máximo legal de 10 vezes o número de votos de que dispõe o associado com menos número de votos

Da Assembleia Geral

Artigo 12º

Constituição

- 1- A assembleia geral é constituída por todos os associados no pleno uso dos seus direitos sociais, representados pelos seus administrados, gerentes ou sócios gerentes.
- 2- Qualquer associado poderá fazer-se representar nas assembleias gerais por outro associado, devidamente credenciado
- 3- Nenhum associado poderá representar mais de três armadores

Artigo 13º

Funcionamento

- 1- A mesa da Assembleia geral é constituída por um presidente, um vice-presidente e um secretário
- 2- Nos impedimentos do presidente será substituído pelo vice-presidente e na falta deste a assembleia designará o substituto
- 3- No caso de impedimento simultâneo de todos os membros da mesa, será constituída uma mesa ad hoc
- 4- A direção da associação assistirá a todas as reuniões da assembleia geral.

Artigo 14º

- 1- A Assembleia Geral reunirá ordinariamente no mês de Março de cada ano para apreciar e votar o Relatório e Contas da Direção e o Parecer do Conselho Fiscal, relativos ao exercício do ano anterior e eleger, quando necessário, os órgãos sociais.

Artigo 15º

A Assembleia geral reúne, extraordinariamente:

- 1- A convocação do seu presidente, por iniciativa própria, ou como consequência de solicitação que ao mesmo tenha sido feita pelo conselho diretivo ou pelo conselho fiscal;
- 2- Mediante pedido fundamentado dirigido ao presidente, subscrito por associados inscritos e no pleno uso dos seus direitos, representando pelo menos 20% dos votos disponíveis

Artigo 16º

- 1- A Assembleia geral ordinária só poderá funcionar desde que esteja presente ou representada, pelo menos, metade dos sócios
- 2- As deliberações da assembleia geral ordinária são tomadas por maioria absoluta de votos presentes ou representados
- 3- As deliberações da assembleia geral extraordinária só podem ser tomadas quando estiverem presentes ou representados dois terços dos seus sócios. As decisões serão tomadas pela maioria de dois terços dos votos.

Artigo 17º

Se não for atingido o quórum referido nos artigos anteriores, pode então a assembleia geral deliberar, com qualquer número de sócios, meia hora depois, desde que conste na convocatória

Artigo 18º

As deliberações sobre alterações dos estatutos exigem o voto favorável de três quartos dos associados presentes ou representados, e as que se prendam com a dissolução da Associação.

Artigo 18º

As deliberações sobre alterações dos estatutos exigem o voto favorável de três quartos dos associados presentes ou representados, e as que se prendam como a dissolução da Associação.

Artigo 19º

Compete à Assembleia Geral:

- 1- Eleger a respetiva Mesa, a Direção e o Conselho Fiscal
- 2- Fixar o valor da Joia, quotas e taxas a pagar pelos sócios, por proposta da Direção
- 3- Apreciar os relatórios e contas da Direção, bem como quaisquer outros atos, trabalhos ou propostas que lhe sejam submetidas
- 4- Deliberar sobre a alteração dos Estatutos
- 5- Destituir um ou mais órgãos diretivos, devendo nesse caso eleger logo uma comissão a quem será confiada o mandato, em substituição dos órgãos destituído, até realização da Assembleia Geral para o efeito
- 6- Aprovar regulamentos internos
- 7- Tomar as resoluções julgadas indispensáveis para a completa e eficaz realização dos objetivos da associação.

Artigo 20º

Compete ao Presidente da Assembleia Geral

- 1- Convocar as assembleias, dirigir os respetivos trabalhos e verificar a qualidade dos associados presentes;
- 2- Dar posse a todos os órgãos sociais
- 3- Assistir às reuniões do conselho diretivo, sempre que o julgue conveniente, sem direito a voto
- 4- Rubricar todos os livros obrigatórios da escrita e das datas da Associação
- 5- Garantir a igualdade de oportunidades a todos os associados
- 6- Decidir sobre todas as reclamações que lhe sejam presentes
- 7- Representar a associação no relacionamento institucional que se justificar, quando lhe for solicitado pelo conselho direto, sendo do seu livre arbítrio decidir a aceitação.
- 8- Declarar a dissolução de um órgão que, por demissão dos seus membros, fique impossibilidade de deliberar

Artigo 21º

A convocação de qualquer reunião da assembleia geral será feita por meio de aviso postal, telefone ou email com antecedência não inferior a dez dias, do qual constará o dia, a hora e o local da reunião e respetiva ordem de trabalhos

CAPÍTULO IV

Da Direção

Artigo 22º

Constituição e Funcionamento

A representação e gerência da Associação ficarão a cargo de uma Direção constituída por cinco elementos que, de entre si, designarão o Presidente e o Vice-Presidente.

1. Compete à Direção:

- a) Representar a Associação em Juízo e fora dele;
- b) Criar, organizar e dirigir os serviços da Associação;
- c) Cumprir as disposições legais e estatutárias, bem como as deliberações da Assembleia Geral;
- d) Apresentar anualmente à assembleia geral o Relatório e Contas da gerência, acompanhadas do parecer do Conselho Fiscal.
- e) Praticar todos os atos que forem julgados convenientes à realização dos fins para que a Associação foi criada e à defesa do respetivo setor que representa
- f) Promover a criação e a organização dos serviços e contratar o pessoal necessário à sua execução
- g) Negociar e celebrar convenções coletivas de trabalho referente soa membros da associação, sendo assistido pelos representantes dos setores interessados.

Artigo 23º

1- A Direção reunira sempre que for necessário ou seja convocada pelo presidente e funcionará quando presente a maioria dos seus membros

2- As deliberações são tomadas por maioria absoluta dos votos dos membros presentes, tendo em cota o disposto no número oito do artigo decimo primeiro

Artigo 24º

A associação obriga-se pela assinatura de dois membros do concelho diretivo, salvo para assunto de mero expediente, em que será bastante a assinatura de um dos diretores, ou do secretário-geral, quando devidamente mandatado.

Do Conselho Fiscal

Artigo 25º

1- O conselho Fiscal da Associação será constituído por três membros, eleitos por quarto anos pela assembleia geral e por dois suplentes

2- O conselho Fiscal reunirá sempre que julgue necessário e nos mais termos e condições previstas na Lei e nos Estatutos

Artigo 26º

1. Compete ao Conselho Fiscal:

- a) Examinar, sempre que entenda conveniente, a escrita da Associação e os serviços de tesouraria
- b) Dar parecer sobre o relatório e contas ou quaisquer outros assuntos que lhe sejam submetidos pelos restantes órgãos sociais, ou associados, quando se trate de assuntos relacionados com a vida da associação
- c) Assistir, quando o entenda, por qualquer dos seus membros, às reuniões da Direção, sem direito a voto.

CAPÍTULO V

Do Regime Financeiro

Artigo 27º

1- Constituem receitas da Associação:

- a) O produto das joias e quotas fixadas aos associados;
- b) Quaisquer fundos, valores patrimoniais, subsídios, donativos ou legados que venham a ser constituídos ou atribuídos;
- c) Taxas sobre serviços a serem prestados aos associados;
- d) Juros ou outros rendimentos legalmente permitidos

2- Constituem despesas da Associação:

a) Todos os pagamentos relativos a pessoal, material, serviços e outros encargos necessários aos funcionamento e execução dos seus fins estatutários, desde que orçamentalmente previsto ou que se mostrem impreteríveis e sejam, casuisticamente, sancionados pelo conselho diretivo

b) Os encargos da sua filiação em organizações nacionais ou internacionais de comprovado interesse.

Artigo 28º

1- Fundo de Exercício:

a) O fundo de exercício é anual e será constituído pela importância das quotas e de quaisquer outros rendimentos;

b) Extingue-se com a aplicação do salto da respetiva gerência;

c) Por força do fundo de exercício, far-se-ão as despesas da Associação

2- Fundo de reserva:

Dos saldos d gerência serão anualmente retirados 5% para o fundo de reserva

CAPÍTULO VI

Disposições Gerais e Transitórias

Artigo 29º

Demissão e destruição dos órgãos sociais

1- Qualquer membro dos órgãos sociais pode ser destituído por deliberação da assembleia geral extraordinária expressamente convocada para o efeito, desde que obtida a maioria de dois terços dos votos para o efeito,

2- Se o respetivo órgão ficar impossibilidade de deliberar será este declarado dissolvido e será marcada, no prazo de quinze dias a contar da data da dissolução, uma assembleia geral para eleição

3- os membros eleitos dos corpos sociais são obrigados a cumprir integralmente o mandato, excepto se razão impeditivas do exercício sobreviverem depois da eleição e, em pedido de demissão, obtiver a concordância do presente do órgão respetivo e a confirmação do presidente da mesa da assembleia geral, que decidirá da aceitação ou não do pedido.

4 – Durante o período intermédio entre a demissão de um órgão ou a sua dissolução e a sua eleição a assembleia geral que deliberou a destituição ou a dissolução nomeará, entre os presentes, uma comissão administrativa, que assegurará a gestão do órgão até à nova eleição.

5 – Findo o período do mandato, os membros eleitos dos órgãos sociais conservar-se-ão, para todos os efeitos, no exercício dos seus cargos até que os novos membros sejam empossados.

6- Os membros dos órgãos sociais não são remunerados, sem prejuízo de serem pagos das despesas efetuados ao serviço da associação em consequência desse exercício.

Artigo 30º

O ano social coincide com o ano civil

Artigo 31º

A adesão à Associação implica para todos os associados a obrigatoriedade do cumprimento de todas as legítimas decisões tomadas pelos órgãos sociais