

RAJ PATEL

ÎNDOPAȚI ȘI ÎNFOMETĂȚI

De pe câmp în farfurie

Lupta nevăzută pentru sistemul alimentar mondial

Traducere din limba engleză de
Daniela Pandichi



EDITURA SENECA

CUPRINS

Prefață la cea de-a doua ediție	9
1 Introducere	17
O contradicție accentuată	17
Arcadia pierdută	21
Despre omul de rând	23
Formă de clepsidră	26
Moduri de eliberare	29
Meniul capitolelor	32
2 Autopsie rurală	34
Și la fermă avea o soție	34
Ficțiuni corupte	40
Toate pânzele sus, spre... datorii	43
După disperare	46
Lee Kyung Hae asasinat de OMC?	48
Unii fermieri sunt constrânsi	52
Unde se pune punct?	54
3 Ai devenit mexican	56
NAFTA și mai târziu	56
Porumb exclusiv pentru bogați	62
Au fost odată fermierii	65
Dincolo de graniță	69
Explicația greșită	71
Introducerea agriculturii în orașul îngerilor	76
Iarăși Lee	79

4	„Rugăminte arzătoare pentru un colț de pâine“	80
	Povestea secretă a răcoritoarelor	81
	Consecințe complicate, conform lui Rhodes	87
	Războiul Rece pentru alimente	91
	Ce s-a întâmplat după ajutoarele alimentare	94
	Organizația Mondială a Comerțului	98
5	Clientul nostru, inamicul nostru: o scurtă introducere privind funcționarea sistemului alimentar	100
	Republica bananieră permanentă: United Fruit Company	100
	Soiuri de consolidare	102
	Piața favoritismelor politice	108
	Dwayne Andreas și asezarea interesului național	111
6	Un trai mai bun prin chimie	119
	Cunoașterea și inițiativa	120
	Cine ce știe	129
	Corporațiile abordează nevoile săracilor	133
	Aș dori să îi mulțumesc Academiei	138
	Pentru Africa!	142
	Dezvoltarea Makhathini	148
	Mai bine prin chimia vie	152
7	Glycine Rex	158
	Ingredientul secret	158
	Un munte de boabe	161
	Învățarea pașilor de samba în ritm de soia	165
	Furtuna perfectă	173
	Blairo Maggi – soia cap de afiș	178
	Perspectivă de la distanță	185
	Pericolele dezvoltării naționale	191
	Cea mai importantă mișcare socială din lume	194
	Concluzie	200
8	La casa de marcat a supermarketurilor	202
	Magazinul cu autoservire	203
	Aproape Orwell	209
	666 și aşa mai departe	212

Respect pentru Walmart și cărti	216
Înlănțuite în procesul de distribuție	220
Contradicțiile confortului	222
Câte bordeie, atâtea... discriminări financiare.....	226
Rafturile iubirii	228
În grădina Panterelor negre	230
9 Aleși de alimente	235
Despre locuri și gusturi și alimente	235
Alimentele vin de pe Marte	237
Grâul este crimă	241
Prins cu cina în fața televizorului	243
La ora mesei	247
Războiul împotriva obezilor	252
Senzație de arsură	256
Ritmul tău sau al meu?	259
Anti-Malbouffe	263
10 Concluzie	268
În clepsidră	268
Este vorba doar de noi, trup și suflet	275
Urmați-vă liderul	288
Note	291
Referințe	330
Multumiri	372
Drepturi de autor	378
Index	380

1. INTRODUCERE

O contradicție accentuată

În ziua de astăzi, când producem mai multă mâncare decât oricând altcândva, mai mult de unul din șapte oameni de pe Pământ suferă de foame. Foametea care încearcă peste un miliard de locuitori¹ are loc concomitent cu o altă premieră istorică: aceștia sunt depășiți în număr de cei un miliard și jumătate² de oameni de pe această planetă care sunt supraponderali.

Foametea și obezitatea globale sunt simptome ale aceleiași probleme. Mai mult, drumul spre eradicarea foametei din întreaga lume este o altă cale de a preveni epidemiile globale de diabet și boli de inimă și de a aborda o serie de deficite în ceea ce privește mediul și societatea. Obezitatea și foameta devin, din ce în ce mai pregnant, două puncte de referință pe axa continuă a sărăciei. Însă cei sătui și cei infometăți sunt relaționați și prin lanțurile de producție care ne aduc alimentele de pe câmp direct în farfurie. Ghidate de motivul profiturilor, corporațiile alimentare stabilesc și constrâng regulile consumului, respectiv ale atitudinii consumatorilor față de alimente. Limitările sunt cele mai clare în localurile de tip fast-food, unde umbrela opțiunilor cuprinde exclusiv produse de la McMuffin la McNugget. Dar există constrângeri ascunse și sistemicе chiar și atunci când simțim că am depășit influența lui Ronald McDonald.

Chiar și atunci când ne dorim să achiziționăm ceva sănătos, prin care să putem evita vizitele la medic, suntem prinși în același sistem care ne-a creat „Națiunile fast-food“. Încercați, de pildă, să mergeți la cumpărături de mere. În supermarketurile din America de Nord și Europa, opțiunile sunt limitate la o jumătate de duzină de soiuri: Fuji, Braeburn, Granny Smith, Golden Delicious și, probabil, alte câteva. De ce acestea? Pentru că arată bine – ne place coaja lustruită și fără cusur. Deoarece marea majoritate nu are nimic de obiectat în ceea ce privește gustul lor. Dar și pentru că pot rezista la transport pe distanțe lungi. Coaja nu se va rupe ori păta dacă se întâmplă să mai fie scuturate pe drumul de la livadă la rafturile magazinelor. Fructele rezistă

bine la tehnologiile și compușii de ceruire care fac transportul posibil și le păstrează aspectul ireproșabil la raft, sunt ușor de recoltat, răspund bine la pesticide și la mijloacele de producție industrială. Acestea sunt motivele pentru care nu regăsim și soiurile Calville Blanc, Black Oxford, Zabergau Reinette, Kandil Sinap sau vechiul și venerabilul Rambo pe rafturile supermarketurilor. Alegerile pe care le facem nu ne aparțin în totalitate pentru că, până și în supermarketuri, meniu nu este creat în baza propriilor opțiuni și anotimpuri, a zonei de trai, a întregii game de mere disponibile ori a întregului spectru de substanțe nutritive și gusturi disponibile, ci prin puterea corporațiilor alimentare.

Preocupările companiilor de producție alimentară au ramificații care se întind până dincolo de ceea ce apare pe rafturile supermarketurilor. Grijile lor formează putregaiul din miezul sistemului alimentar modern. Evidențierea abilității sistemică a câtorva entități de a afecta sănătatea marii majorități ar implica o anchetă globală, care să pornească din „deșerturile verzi“ ale Braziliei și să ajungă la arhitectura orașului modern, străbătând istoria de la primele plante domesticite la Bătălia de la Seattle. Cercetarea dezvăluie motivele reale ale foamei din Asia și Africa, ale epidemiei mondiale de sinucideri în rândul agricultorilor, ale imposibilității de a cunoaște cu exactitate ceea ce ajungem să consumăm, ale probabilității mai ridicate de obezitate în rândul locuitorilor de culoare din Statele Unite, ale existenței cowboy-ilor în Los Angeles-ul central-sudic și modul în care cea mai de amploare mișcare socială din lume descoperă că, unele mai semnificative decât altele, de a aprecia și conviețui în mod diferit cu alimentele.

Alternativa la consumul actual promite să pună capăt foamei și deregărilor legate de dietă prin propunerea unui mod de a consuma și crește alimentele durabil din punct de vedere ecologic și echitabil din punct de vedere social. Înțelegerea neajunsurilor legate de modul în care sunt cultivate și consumate alimentele oferă în același timp cheia către o mai mare libertate și o modalitate de a recupera bucuria hranei. Sarcina este la fel de urgentă pe cât este de important câștigul final.

În fiecare țară, contradicțiile legate de obezitate, foamete, săracie și bogăție devin din ce în ce mai acute. India a distrus, de exemplu, milioane de tone de cereale, permitând putrezirea alimentelor în silozuri, în timp ce calitatea alimentelor consumate de cei mai săraci locuitori ai statului începe să se înrăutătească, pentru prima dată de la Independența câștigată în anul 1947³. În 1992, în aceleși orașe și sate în care malnutriția a început să se cuibărească în sânul celor mai sărace familii, guvernul indian a permis pătrunderea producătorilor de băuturi răcoritoare și a multinaționalelor străine producătoare

de alimente în economia protejată anterior. În decurs de un deceniu, India a ajuns să găzduiască cel mai mare număr de diabetici din lume⁴.

India nu este singurul loc în care apar astfel de contraste. Ele sunt globale și prezente chiar și în cea mai bogată țară din lume. În Statele Unite, la nivelul anului 2009, 50,2 milioane de locuitori nu știu cum vor face rost de hrana din ziua de mâine⁵. În același timp, în SUA există tot mai multe cazuri de afecțiuni legate de dietă, precum diabetul zaharat și volume tot mai mari de alimente decât oricând înainte.

Contradicția poate fi trecută cu vederea cu ușurință. Versiunea sa zilnică nu provoacă decât un ușor disconfort, trecând peste semnalele „fără adăpost și infometat“ de pe drumul către supermarketurile care mustesc de alimente. Există emolienți morali care calmează conștiința tulburată: săracii suferă de foame pentru că sunt leneși sau, probabil, bogății sunt grași pentru că mănâncă prea mult. Acest filon al înțelepciunii folclorice are o genealogie îndepărtată în timp. Fiecare cultură a înțeles, într-o formă sau alta, trupul uman ca pe un registru public în care ne sunt catalogate viciile personale. Dar limba tradițională a condamnării nu ne ajută să înțelegem de ce foamea, abundența și obezitatea sunt mai compatibile pe planeta noastră acum decât au fost vreodată.

Condamnarea morală funcționează numai în cazul în care condamnații ar fi putut acționa în mod diferit, dacă ar fi avut posibilitatea de a alege. Cu toate acestea, prevalența foamei și a obezității afectează populațiile cu mult prea multă regularitate, în mult prea multe locuri diferite, pentru ca acestea să fie rezultatul unor cusruri personale. O parte din motivul pentru care judecata noastră este atât de deficitară este faptul că felul în care citim corporile nu a ținut pasul cu vremurile. Deși probabil odată era adeverată, ipoteza care echivalează supraponderabilitatea cu bogăția nu mai este valabilă. Obezitatea nu mai poate fi explicată exclusiv ca un blestem al afluxenței individuale. Există trăsături sistémice care fac diferența. Iată un exemplu: mulți adolescenți din Mexic, o țară în curs de dezvoltare cu venituri anuale de 9 330⁶ USD, sunt mai grași decât înainte, chiar dacă rândurile săracilor mexicanî încep încă o dată să se îngroașe⁷. Bunăstarea individuală nu explică de ce copiii anumitor familii sunt mai obezi decât alții: factorul crucial nu se dovedește a fi venitul, ci proximitatea față de granița cu SUA. Omițând Mexico City, unde ratele de obezitate sunt cele mai înalte din țară, cu cât familia mexicană trăiește mai aproape de vecinii săi nordici și de obiceiurile lor alimentare bogate în zahăr și grăsimi, cu atât cresc şansele ca descendenții săi să fie supraponderali⁸. Faptul că geografia are o importanță atât de ridicată anulează ideea conform căreia alegerea personală constituie cheia prevenirii obezității sau, în același mod, a prevenirii foamei. Și ajută la întărirea regretului lui Porfirio Diaz, unul dintre

președinții și autocrății din a doua jumătate a secolului al XIX-lea din Mexic, acum trecut în neființă: „Bielul Mexic: atât de departe de Dumnezeu și atât de aproape de Statele Unite“.

O perversitate a modului în care hrana pe care o consumăm ajunge la noi este că acum este posibil ca oamenii care nu își pot permite să mănânce suficient să devină obezi. Copiii care cresc subnutriți în favelele din São Paulo, de exemplu, sunt expuși unui risc mai mare de obezitate atunci când devin adulți. Corpurile lor, atacate de sărăcia prin care au trecut în timpul copilăriei, metabolizează și depozitează hrana în mod deficitar. Prin urmare, aceștia sunt mai predispuși să depoziteze alimentele (de calitate slabă) la care au acces sub formă de grăsimi⁹. Pe tot cuprinsul planetei, populațiile sărace nu își pot permite să se alimenteze corespunzător. Din nou, acest lucru este valabil chiar și în cea mai bogată țară din lume; și în SUA, copiii sunt cei care plătesc prețul acestei stări de fapt. O echipă de cercetători a sugerat recent că, în cazul în care modelele de consum rămân aceleași ca în prezent, copiii de astăzi din SUA vor ajunge să trăiască cu cinci ani mai puțin din cauza bolilor legate de regimul alimentar la care sunt expuși de-a lungul vieții¹⁰. O altă echipă de cercetare a indicat că, luând în calcul tendințele actuale, numărul de copii supraponderali din SUA se va dubla până în anul 2030¹¹. Unii au sugerat că jumătate din totalul adulților din SUA ar putea ajunge să fie obezi până în 2030 (la orizont întrevăzându-se rate asemănătoare de sporire pentru fiecare altă țară din lume, fie ea cu venituri mari ori medii)¹².

În calitate de consumatori, suntem încurajați să credem că un sistem economic bazat pe alegerea individuală ne va salva de la necazurile colective de tipul foamei și al obezității. Cu toate acestea, tocmai „libertatea de alegere“ a incubat nenorocirile despre care vorbim. Aceia dintre noi care putem merge la cumpărături la un supermarket ne putem minuna că avem posibilitatea să alegem dintr-un număr de 50 de mărci de cereale cu zahăr, de o jumătate de duzină de tipuri de lapte, toate cu gust de cretă, de pe rafturi cu produse de panificație atât de îndestulate cu substanțe chimice încât nu vor ajunge să se strice niciodată, de pe raioane de produse al căror principal ingredient este zahărul. De pildă, dintre nenumăratele soiuri de cereale pentru micul dejun comercializate direct către copiii din Marea Britanie, aproximativ 88% au un conținut bogat în zahăr, 13% în sare și 10% în grăsimi saturate. Unele cereale conțin aceeași cantitate de zahăr ca o tabletă întreagă de ciocolată, iar altele au zahăr în cantitate de peste 50% din întreaga lor greutate¹³. Mai mult, aceste informații le sunt ascunse în mod deliberat consumatorilor și părinților. Există 23 de nume alternative pentru zahărul adăugat în alimente, specificate pe etichetele cuprinzând ingredientele, pe care companiile le pot folosi pentru a evita menționarea cuvântului „zahăr“ ca ingredient principal și cel mai important de pe întreaga listă¹⁴. Nu este deloc

surprinzător, prin urmare, faptul că unul din trei copii cu vârsta cuprinsă între 2 și 15 ani din Regatul Unit este obez sau supraponderal¹⁵. Povestea cerealelor pentru micul dejun este un semn al unei caracteristici mai cuprinzătoare a sistemului: există extrem de multe stimulente care împing corporațiile producătoare de alimente să vândă produse alimentare supuse unei procesări care le transformă în bunuri mai profitabile, chiar cu prețul unui aport nutritiv mai scăzut. De altfel, acest lucru explică, de asemenea, de ce se vând mai multe soiuri de cereale pentru micul dejun decât feluri de mere.

Alegerile proprii au limite naturale. Avem la dispoziție, de exemplu, atât de multe tipuri de fructe, legume și animale care cresc în mod natural pe cât suntem pregătiți să consumăm. Dar chiar și în acest caz, o campanie publicitară nevinovată ne poate convinge să ne mărim umbrela opțiunilor proprii. Luați aminte la fructul kiwi, cunoscut odinioară sub denumirea de „agriș chinezescă”, însă „rebotezat” în timpul Războiului Rece pentru a evita prejudecățile din partea societății alimentare din Noua Zeelandă care îl vindea lumii întregi la sfârșitul anilor 1950. Kiwi-ul are un gust pe care nu-l mai cunoscuse nimeni până atunci, dar care în prezent pare că a existat pe piețe dintotdeauna. Și, în timp ce alte alimente naturale noi își câștigă loc, lent, pe masa de zi cu zi, industria alimentară adaugă zeci de mii de produse noi pe rafturi în fiecare an, dintre care unele devin indispensabile, iar după o generație, fac viața inimaginabilă în absența lor. Aceasta este un semn al limitării imaginației noastre gastronomice și al faptului că nu suntem siguri cum și de unde sau de ce ajung anumite alimente direct în propria farfurie.

Arcadia pierdută

Bunicul meu o fermă-avea, tra la la la la,
 Un porcușor el îngrijea, tra la la la la
 El GUIT spunea, el GUIT cânta,
 GUIT, GUIT, GUIT prin toată curtea sa
 Bunicul meu o fermă-avea, tra la la la la.

Cântec tradițional

Povestea producției alimentare pe care majoritatea dintre noi, aproape ca un reflex, o recunoaștem se inspiră mai mult din poveștile cu zâne și din programele de televiziune pentru copii decât din orice altceva. Fără a avea vreun motiv să analizăm miturile legate de producția hranei pe care le-am învățat atunci când am fost tineri, sărbătoream după noi cu toții păreri

necontestate despre beatitudinea pastorală a fermierilor care cultivă semințele, le sușă și speră la căldura soarelui pentru ca plantele să crească înalte și viguroase. Aceasta este, desigur, una dintre descrierile modului în care se cultivă hrana noastră cea de toate zilele. Doar că una care scapă din vedere aspectele cele mai importante. Poveștile pe care le proliferăm despre agricultură astupă gurile săracilor din întreaga lume care trăiesc la sate. Atunci când proveniența alimentelor este redusă la o singură linie înscrișă pe o etichetă, multe lucruri ne rămân neînțelese, la fel ca posibilitatea de a întreba despre ele.

Cine este, de pildă, personajul principal din povestea despre hrana – fermierul? Ce fel de viață are acesta? Ce își poate permite să consume? Dacă am întreba, am afla răspunsul la întrebările de acest gen: majoritatea fermierilor din întreaga lume suferă. Unii își vând terenurile pentru a deveni muncitori pe parcelele care le aparțineau odată proprietelor familiei. Alții migrează la oraș sau chiar peste mări. Cățiva, poate prea mulți, recurg la acte de sinucidere.

Întrebările continuă. Ce cultivă, de exemplu, un fermier? Opțiunile majorității agricultorilor sunt strict limitate de tipul de terenuri pe care îl dețin, de climă, de accesul la piețe, de credite și de o serie de ingrediente vizibile și invizibile din producția alimentară. Nu este absolut deloc vorba despre a hotărî ce ar fi drăguț să consumăm în anul următor în funcție de direcția din care bate vântul. Dacă își doresc cătuși de puțin să își vândă producția agricolă pe bani în loc să o consume ei însăși, majoritatea fermierilor au la dispoziție prea puține opțiuni, și în special cei din Sudul global (termenul pe care îl folosesc în această carte pentru a mă referi la statele mai sărace ale lumii)¹⁶. Agricultorii cresc culturile pe care le solicită piața.

Activitatea agricolă devine, la sfârșitul zilei, constrânsă de terenul de joc al pieței. Ceea ce se ascunde în această formulare este, însă, că domeniul piețelor nu este atât de mult un teren de joc cât marginea unei lame. Dacă există loc pentru a face vreun fel de alegeri legate de semănat, acestea vor fi decizii greu de luat pe baza optimizării mai multor parametri, marja de eroare fiind infimă. Piața pedepsește opțiunile greșite prin penuria. Pentru agricultorii deja îndatorați până peste poate, asta înseamnă faliment. Băncile și distribuitorii de cereale au dezvoltat modalități noi de abordare a insolabilității ulterioare. Acordurile de contractare a suprafețelor agricole ori de închiriere a terenurilor, de exemplu, le mai acordă agricultorilor numai posibilitatea de muncă brută pe ceea ce odinioară fuseseră proprietile pământuri. Bunicul din cântec își închiriază acum ferma. Cu toate acestea, fermierii sunt dispuși să se supună noilor acorduri agricole, deoarece le mai rămân prea puține posibilități la îndemână.

Băncile amenințând cu executarea silită, orice fel de agricultură, chiar și cea care distrugе pământurile, este de preferat suprafețelor lăsate nelucrate.

Deoarece agricultorul este forțat să „aleagă“ dintre respectivele alternative, nu mai există alte opțiuni. În timp ce setul de alegeri oferte agricultorilor este redus dramatic, alții – grupurile puternice de interes, corporațiile, guvernele – își extind imperiul alternativelor. În fiecare etapă a poveștii referitoare la producția alimentară, au loc alegeri legate de o gamă întreagă de aspecte, de la cele evidente la cele ezoterice. Cine alege nivelurile sigure de pesticide și ce înseamnă „sigur“? Cine alege sursa de proveniență a diverselor ingrediente care ajung în farfurie? Cine hotărăște cât să le plătească fermierilor care cresc alimentele ori lucrătorilor agricoli care muncesc pentru cei dintâi? Cine decide că tehniciile de procesare utilizate pentru producerea tipului respectiv de alimente sunt sigure? Cine face bani de pe urma introducerii aditivilor în alimente și hotărăște că aceștia fac mai mult bine decât rău? Cine se asigură că există resurse bogate de energie ieftină pentru a transporta și aduna ingrediente din întreaga lume?

Opțiunile în discuție pot părea imposibil de îndepărtate, atât de necunoscute experienței noastre de cumpărători încât ar putea fi concepute chiar și pe Marte. Cu toate acestea, aceleași forțe care influențează și alegerile fermierilor pătrund și pe coridoarele arhipline ale supermarketurilor. Cine, la urma urmei, hotărăște care este gama de articole ce vor umple rafturile magazinelor? Cine decide cât vor costa ele? Cine cheltuiește milioane de dolari pentru a afla că miroslul de pâine proaspăt coaptă și tânguirile lui Annie Lennox printre raioane ar putea convinge oamenii să cumpere mai mult? Cine ajunge la concluzia că prețurile de pe piață sunt mai mari decât își pot permite cei mai săraci?

Acesta este miezul problemei. Abundența îngustă a raioanelor, prețurile aparent scăzute la casă și disponibilitatea aproape constantă a produselor alimentare sunt punctul nostru slab. „Confortul“ ne anesteziază pe noi, consumatorii. Suntem descurajați să punem întrebări dificile, nu numai despre modul în care gusturile și preferințele individuale ne sunt manipulate, dar și despre modul în care opțiunile la casă le anulează pe cele ale cultivatorilor însăși.

Despre omul de rând

Un raport recent al Oxfam oferă subiecte de meditație asupra cui deține puterea de-a lungul lanțului de producție alimentară. Luați, de pildă, cazul

lui Lawrence Seguya, producător de cafea din Uganda, care spune următoarele: „Aș vrea să le atrag atenția consumatorilor din localul dumneavoastră că băutura pe care o înghit în acest moment este cauza tuturor problemelor noastre“.¹⁷ Aprecierea lui este împărtășită de mulți alții. Salome Kafuluzi trăiește la o fermă producătoare de cafea cu toți cei 13 copii ai ei și are de spus următoarele: „Suntem faliți. Nu suntem absolut deloc fericiti. Toate se năruiesc în jurul nostru. Nu mai avem posibilitatea să ne cumpărăm articole de bază. Nu mai putem consuma carne, pește, orez, ci doar cartofi dulci, fasole și *matoke* [un fel de piure din banane verzi]... Nu ne putem trimite copiii la școală“. Soțul lui Salome, Peter, consideră că situația în care se află este strâns legată de prețul cafelei: „Îmi amintesc când *kiboko* [termenul local pentru boabele crude de cafea, uscate la soare] erau vândute cu 69 de centi/kg. Dormeam fără griji. Ne puteam îngriji familiile. Eu aş avea nevoie de un preț de cel puțin 34 centi/kg. Dar la 29 de centi/kg nu ne mai putem îngriji de pământ“.¹⁸ Prețul în acest moment este de aproximativ 14 centi/kg.

Legile cererii și ofertei ar sugera abandonarea pieței de către cultivatorii de cafea, pentru a se dedica altor activități, ceea ce ar presupune că, într-adevăr, mai pot face și altceva. De prea multe ori nu este cazul. Rezultatul imediat al venitului agricol scăzut – o lege la care pot subscrive toți cei care trăiesc la limita subzistenței – este autoexploatarea panicată. În loc să abandoneze lupta și să se mute la oraș ori să încerce să crească altceva, agricultorii cultivă și mai multă cafea, muncind până la epuizare și câștigându-și traful din greu, oricum pot, pentru a-și putea păstra cât de cât standardul de viață și, uneori, fără tragere de inimă, distrug mediul natural în încercarea disperată de a supraviețui. Rezultatul a fost un excedent global de cafea de 900 de milioane de kilograme. Ați putea crede că, dată fiind această imensă cantitate de cafea disponibilă, prețul final avea să scadă. Însă mai trebuiau parcurși câțiva pași pe lungul drum care merge de pe câmpuri până în ceașcă.

Lawrence și familia sa trăiesc într-o zonă foarte potrivită pentru creșterea cafelei – pe un teren deluros, înalt, ceea ce înseamnă că respectivul pământ nu este potrivit pentru nimic altceva. Aceasta le lasă următoarele opțiuni: să crească cafea ori să abandoneze lupta. Nemairămânându-le multe resurse, localnicii aleg să continue să cultive cafea.

Îi vând unui intermedier local la prețul de aproximativ 14 centi per kilogram, care apoi predă sacii la moară și îi vinde cu 19 centi kilogramul. Moara procesează cafeaua adăugând încă cinci centi per kilogram – aproape suficient cât să reușească să supraviețuiască. Mary Goreti administrează moara

din Kituntu, unde este adusă cafeaua. „Marjele de profit sunt atât de reduse în momentul de față“, spune ea, „iar electricitatea atât de scumpă... Au rămas foarte puțini oameni care ne mai aduc *kiboko*. Unii fermieri preferă să o păstreze pentru ei, și asta pentru că prețurile sunt atât de scăzute. Dacă prețurile vor rămâne mici, activitatea noastră se va duce pe Apa Sâmbetei. Nu poți deschide o fabrică pentru a procesa 10 saci.“¹⁹ Însă nu poate opta să facă altceva cu moara în afară de măcinat cafea. Prin urmare, cel puțin pentru moment, Mary alege să țină moara în funcțiune și să macine cafea.

Cafeaua este împachetată și, contra unui cost de transport de doi cenți per kilogram, este apoi trimisă către Kampala, moment în care prețul ajunge deja la 26 de cenți. Cu toate acestea, profiturile grase nu sunt realizate nici aici. Hannington Karuhanga, director în cadrul Ugacof, unul dintre exportatorii mai mari din Uganda, este bucuros că poate obține profituri de 10 USD per tonă sau de un cent per kilogram. Și asta pe cafeaua de calitate – „Unele dintre categoriile pe care le avem nu merită transportate. Ar fi mai ieftin să le distrugem“. Totuși, alege să le transporte și pe acelea, ca parte a dansului prea complicat de sortare, categorisire, asigurare și livrare către un cuptor de prăjire. În momentul în care ajunge, de exemplu, în Londra de Vest, unde Nestlé deține o unitate de procesare a cafelei, un kilogram de cafea va costa 1,64 dolari. La porțile fabricii Nescafé, costul per sac este deja de peste 10 ori mai mare decât cel primit de Kafuluzi sau Seguya în schimbul său. Însă aici intervine saltul major. Până când cafeaua iese din fabrică, prețul ajunge să fie de 26,40 USD per kilogram sau de aproape 200 de ori costul unui kilogram în Uganda.

În timp ce fermierii de cafea de prin părțile locului trăiesc din propriile economii, profiturile Nestlé par să crească fără măsură. În 2005, compania a vândut produse alimentare și băuturi în valoare de peste 70 de miliarde USD. Nivelul de loialitate față de marcă fiind înalt și poziția pe piață una de dominator, Nestlé ar fi foarte bine în măsură să sporească prețul pe care îl primesc producătorii săi. Dar de ce ar alege să facă asta? Nestlé nu este o organizație de caritate –, ci o corporație într-o lume a altor corporații, condusă de regula esențială a capitalismului de piață: „cumpără ieftin, vinde scump“. Pentru că este o corporație extrem de impunătoare, Nestlé poate să dicteze condițiile de aprovizionare de la producătorii, morarii, exportatorii și importatorii proprii, fiecare dintre aceștia fiind lăsat fără o lețcăie în plus. Nu este nimic dacă industria de cafea din Uganda se năruiește. Vietnamul a fost introdus pe piața mondială de către Banca Mondială, participând cu saci de cafea mai ieftină decât cea a oricui altcuviva. Așadar, agricultorii se zbat din

răspușteri în regiunile de creștere a cafelei, instigați unii împotriva celorlalți pe distanțe mari de către piața internațională a cafelei, cu puține opțiuni în ceea ce privește viitorul, asta dacă se poate vorbi de opțiuni. Între timp, fermierii care încearcă să sporească prețul la sursă se confruntă cu puterea industriei alimentare. Fermierii etiopieni au solicitat recent transformarea denumirilor de cafea specifice – Sidamo, Harar și Yirgacheffe – în mărci înregistrate, o mișcare care le-ar putea crește partea din venituri cu 25%. Starbucks li s-a opus aproape instantaneu, firma având o cifră de afaceri anuală egală cu trei sferturi din venitul Etiopiei²⁰.

Corporațiile mari sunt foarte reticente în a-și ceda controlul asupra sistemului alimentar. Cu toate acestea, Nestlé, Starbucks și orice altă companie care face parte din sistemul alimentar au un alibi deosebit de solid: iar acela suntem noi. În numele consumatorilor și al „libertății consumatorilor“, salariile sunt menținute la un nivel scăzut, iar oportunitățile fermierilor de a-și spori veniturile sunt zădănicite. Și partea mai proastă este că strategema chiar funcționează. La supermarketul local *Pick and Pay* din Durban, Africa de Sud, se vând 107 tipuri diferite de cafea, de la amestecuri cu cicoare până la cele mai proaspete boabe de cafea neagră prăjită, pe o rază de 4,5 metri din rafturile magazinului, dominată de Nestlé. Plenitudinea este una foarte tenebroasă.

Formă de clepsidră

Există o sumedenie de cultivatori și de consumatori de cafea, mulți morari și câțiva exportatori de calitate. Însă există un blocaj în lanțul de distribuție și ceea ce este adevarat pentru cafea este valabil și pentru o serie de alte alimente. În unele etape ale lanțului care face legătura dintre câmp și farfurie, puterea este concentrată în foarte puține mâini. Dacă ar fi nevoie să ilustrăm printr-o imagine sau două unde este concentrată puterea în cazul cultivării și vânzării produselor alimentare, figura 1.1 ar explica asta foarte bine. Prima figură prezintă date agregate din Olanda, Germania, Franța, Regatul Unit, Austria și Belgia. Cea de-a doua indică date similare, dar nu complet comparabile, din Statele Unite. Cifrele trebuie acceptate cu oarece precauție. De pildă, numărul total de fermieri care cultivă alimente pentru europeni și nord-americani este mult mai ridicat decât cel menționat aici. Până la urmă, milioane de agricultori și muncitori la ferme, care cresc tot felul de fructe și legume tropicale pentru export, trăiesc în afara celor mai bogate țări din lume.