

# TTIP eta osasuna: Mexikon gertatuak irakatsi diguna

Europar Batasunaren eta AEBen arteko merkataritza araurik gabe utziz liberalizatu nahi duen TTIP itunak AEBen eta Mexikoren arteko TLCAN edo NAFTAn dauka aurrekaria. Nekazaritza birrintzeaz gain, elikaduraren banaketa korporazioen esku utziz jendearen jateko ohiturak aldatu ditu eta osasun arazo larriak epidemia bilakatu.

| PELLO ZUBIRIA KAMINO |

IZURRIA HEDATU DA MEXIKON 1988tik 2012ra bitartean: loditasunak ekarritako diabetesa. Ez gara estandar estetikoak baino potxoloago dagoen jendeaz ari, gizenegi dagoen edo are gizeneriak (obesitateak) jotakoaz baizik.

Mexikok dauzkan 122 milioi herritarretatik 48 daude pisu egokia baino lodiago, horietatik 22 milioi daude gizeneriak gaixo eta 6,5 eta 10 milioi artean dira diabetikoak. Populazioaren %7ak dauka diabetesa, 65 urtez gorakoen %21ek. Horrekin paraleloan hipertentsioa ere bihurtu da epidemia.

Aldi berean, paradoxikoki, mexikarren %78k dauzka arazoak eguneroko elikadura eskuratzeko, elikadura segurtasunik eza nozitzen dute modu larriago edo arinagoan. Eskolara doazen hamar haurretik batek anemia dauka. 2012an Mexikoko Osasun Publikorako Nazio Institutuak emandako datuak dira.

Zer aldatu da urteotan? 1994an AEBen eta Mexikoren arteko merkataritzaren erabateko liberalizazioarekin arras aldatu direla mexikarren ohiturak eta aldi berean beren betiko jakiak eskuratzeko aukerak errotik murriztu zaizkiela. Esprikazio hori zehaztu du nekazaritza iraunkorra eta elikadura burujabetza aldarrikatzen dituen GRAIN erakundeak “*Libre comercio y la epide-*

*mia de comida chatarra en México*” txostenean.

“Datuok ezin dira ulertu –dager GRAINen martxoko txostenean– esanez batzuek dioten moduan ‘jendeak ezberdin jaten du gaur egun aukera handiagoak daukalako’. Gauza da elikagai batzuk inposatu egin zaizkiola herriari, eta bitartean orain arte jendeak usadioen eta benetako beharren arabera zaindu eta ekoizten zituen jakiak gero eta nekezago eskuratu ditzakeela”.

NBEn Elikadura Eskubideari buruzko Berriemaile berezi Olivier De Schutterrek esan zuen 2012an, Mexikoko alarma deia dela eta: “Gaur abian dauden merkataritza politikek sustatzen dute jendea egoitea elikagai oso prozesatu, birfindu eta apaletan luzez irauteko prestatuen mende, gero eta gehiago baztertuz jaki fresko eta erraz galtzekoak, batik bat fruitu eta barazkiak”. Hori ekarri zuen aldaketa nagusia 1994an gertatu zen, Mexikok AEBekin sinatu zuenean gaztelaniz TLCAN eta ingelesez NAFTA deitu liberalizazio ituna.

Itunak AEBetako korporazioei erabat ireki zien bidea nahi adina diru inbertitzeko Mexikoko proiektuetan. Elikagaiak ekoizteko enpresetan 1982an 210 milioi dolar inbertitu bazituzten yankiek, 1999an 5.300 milioi sartu zituzten: bider 25.

Konpainia mitikoak kaleetan bezala hedabideetan zabaldutako irudian, Coca Colak Mexikon antolatutako promozio kanpaina. Marka liderrak bere bidea egiten du, irudi atsegin bat landu eta salmenten gurdia mugiaraziz. Bitartean, haren jabea den korporazioak oligopolio eskema baten barruan batetik elikagai eta edari sorta osoak ezartzen ditu merkatuan, eta bestetik bere filialen bidez kontrolatzen salmenta kate osoa. Mexikon betiko *tortilla* (taloa) jatetik pizzara edo burguerrera pasatu den herritarra nekez jabetuko da bere eguneroko keinuaren atzean dagoen errealitateaz. *Coca-Colonization* fenomenoak globalizazio neoliberalarekin daukan zerikusiak azaldu zituen Corina Hawkesek 2006an ikerlan honetan: “Dietaren garapen berdintasun gabea: lotuz globalizazioaren politika eta prozesuak elikaduraren aldaketarekin, obesitatearekin eta dietarekin zerikusia duten eritasun kronikoekin”.

Inbertsio gehienak jaki prozesatuetan izan dira.

Salmentak gisa berean ugaritu dira, nagusiki *junk food* edo zabor-jana deitzen zaien produktueta: opil, esneki, *sandwich*, *hamburger*... eta edari gozoak, kola eta sasi-zukuak. 1992an pertsonako eta urteko litro laurdeneko 273 botila gozagarri kontsumitzen baziren, 2002an 487ra iritsi ziren.

Begien bistakoa den osasun arazo larriari aurre egitekotan, 2014an Mexikoko gobernuak %8ko zerga ezarri die kaloria askoko jakiei, tartean kakahuete gurina daramatenei eta gosarritako zereal famatuei. Peso bateko (euroaren sei xentimo inguru) zerga daukate freskagarriek ere. Baina horrek ez du asko aldatu mexikarrei osasuna izorratzen dien gaien kontsumoa.

## Agur, denda txiki

Zabor-jakien zergak ez ditu kezkatu hipermerkatuen jabeak, ondotxo kontrolatzen dute Mexikoko banaketa sarea. Sekula ixten ez duten komertzioak, hiperrak eta prezio apaletan berezitu *discount*ak 1997an 700 izatetik 5.729tara iritsi ziren 2004an. Hala ere artean 400.000 denda txiki geratzen ziren zabalik Mexikon, 10 metro koadroko postu txikiak. Korporazioen gosea zorrozteko modukoak.



Hasieran denda txikietatik barrena zabaldu dute korporazio handiek Hego Amerikan *comida chatarra* deitzen dutena. Uholde baten gisa barreiatu zituzten kontsumo masiborako asmatutako jaki eta edari gozook. Oso prezio merkean, gainera, korporazio bakoitzak hainbat ataletako produktuak banatzen dituelako, garraioen kostuak optimizatuz.

Ondoren etorri da azken saltzaila bera ordezkatzeara, denda txikiak kate gero eta handiagoek irenstea. Coca Colaren filiala den Oxxo katea 2004an iritsi zen 3.500 denda edukitzera, 2012an 10.000 denda zeuzkan eta 2015a bukatu behar du 14.000k osatuta, egunero hiru denda berri irekiz.

Oxxoren konkurrentzia uneotan Soriana katea da. Eta bien aurretik, urrundik, munduko banaketa sarerik handiena, Walmart. AEBen hegoaldean soldata apalak ordainduz Mexiko liderra da jaki elaboratuen ekoizpenean. Orain banaketa sarearen jabe eginik, korporazioek lortu dute haien jakiak nagusitzea mexikarren dietan eta bizimoduan.

Dirutza handiak gastatzen dituzte propagandan eta *public relations* operazioetan zuritzeko berek saldu-tako elikagaiek eragiten dituzten arazo larriak. “Mexiko osoan barrena —dio GRAINEK— publizitateak korporazioak uztartzen ditu herritarrek maite dituzten balioekin: familia, iraunkortasuna, karitatea, osasun ona, kalitatezko enplegua...

Interes handia daukate Mexikoko gobernuekin elkarlanean ari direla erakusteko, eta, bitxia dirudien arren, gobernuek ere gogo bera dute”.

2013an Nestle eta Pepsik agintariek antolatu zuten Gosearen kontrako Gurutzada. Nestlek emakumeak ahaldundu eta enpresari bihurtzeko *Mi Dulce Negocio* izeneko operazioa abiarazi du, Nestleren produktuetan oinarritutako opil eta gozokiak salduko dituzten 15.000 andrez osatutako armada txikia antolatzeko.

Dena kosmetika, dio GRAINEK. “Aspaldi ulertu zuten elikagaien transnazionalak salmentak zabaltzeko merkatu hobereenak planetaren hegoaldean dauzkatela. Horretarako asmatu, garatu eta saldu behar dituzte munduko milioika txiroentzako produktuak. Jende horiek orain arte elikatu dira beraiek lekuan bertan ekoiztutako jakiekin eta bizimodua ateratzeko antolatuta duzkaten merkatu informalekin”.

Kontsumitzaileok sarean harra-patzeko korporazioek hasieran gainezka asetzen dituzte banaketa kanal tradizionalak eta ondoren lekuko jakien ordeztan janari merke, prozesatuz ordezkatzeko dituzte, zabor-janez, sarritan lekuko gobernuan daudenekin elkarlanean.

Orain europarrei ezarri nahi zaizkien TTIP bezalako itunak, mugarik gabeko merkataritza eta inbertsioa sustatzen dutenak, erabakiorrak dira merkatuak harrapatu eta ordezkatzeko multinazionalen irabaziak handitzeko. Mexikok erakusten du politika horrek herritarrei dakarkien panorama gordin eta iluna. ■





**ZINKUNEGI  
OPTIKA**

Hernani, 23 · 20004 Donostia  
T. 943 420 624  
info@zinkunegioptika.com  
www.zinkunegioptika.com

**zuri begira**