# A campanha da SSNC para salvar os mangues e seus povos

Há mais de 20 anos, a indústria do camarão alcançou seu auge a partir da criação em fazendas, causando graves impactos aos manguezais, bem como incontáveis violações aos direitos humanos dos povos dessas áreas.

A Sociedade Sueca para a Conservação da Natureza (SSNC, na sigla em inglês) lançou em 2011 a campanha ANTISCAMPI (contra o lagostim), com o objetivo de influenciar uma mudança de comportamento no consumo de camarões na Suécia.

Em um artículo para a Redmanglar, Kajsa Garpe, da SSNC, relata a experiência de sua campanha na Suécia: “Apesar de nossos esforços, combinados com os notáveis esforços de nossos associados, a demanda pelo camarão continuava aumentando. A importação de camarões peneídeos congelados registrou um aumento de 600% entre 2000 e 2010”.

Buscando dar um giro na campanha, a SSNC procurou “criar consciência mediante o uso de um infomercial (anúncio) direto, mas alegre, que foi lançado a partir da nova página da campanha, www.antiscampi.se, com um pouco de ajuda adicional por parte de alguns blogueiros influentes que haviam sido recrutados para a campanha. Hoje, a versão sueca no Youtube já recebeu mais de 115 mil visitas, enquanto a versão inglesa (Keep tiger prawns off your plate (lagostins fora do seu prato), ) já recebeu quase 22 mil visitas.

A versão em espanhol (Langostinos fuera del plato, ) colocada na internet em dezembro de 2012, já recebeu 2.300 visitas. Posteriormente, a animação foi transmitida gratuitamente em vários canais de televisão comercial.

A página da campanha da SSNC no Facebook atingiu rapidamente mais de 10.000 pessoas.

Kajsa conta que a campanha passou a outra etapa em pouco tempo, transmitindo, através do relatório “Aguas turbias” (http://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/aguas_turbias.pdf) e o video (), os casos de criação de camarões em Bangladesh e o cultivo de camarão orgânico no Equador, e no relatório “¿Sabes lo que desayunó tu

cena?”
(http://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/sabes_lo_que_desayuno_tu_cena.pdf), o caso da produção de farinha de peixe destinada a fazendas de camarão. O relatório e os vídeos tiveram muita audiência, sendo exibidos em horários de pico, em meios de comunicação da Suécia e outros lugares (como a rede estadunidense de televisão por satélite Link TV).

A campanha também contou com ONGs e membros das comunidades costeiras afetadas, que deram seus testemunhos. Suas visitas foram imensamente apreciadas, como ocorreu com Gautam Mondol, agricultor de Bangladesh, arruinado pela expansão das fazendas de camarão, cujo testemunho foi compartilhado ao vivo por mais de mil pessoas.

Durante o ano de 2012, a campanha inspirou ONGs da Noruega e da Espanha a organizar suas próprias campanhas contra o consumo de camarão tropical de cultivo.

Há resultados quantitativos e qualitativos. Segundo dados fornecidos por Kajsa:

• quatro das cinco principais empresas varejistas de supermercados da Suécia deixaram de vender lagostins.
• também seguiram esse caminho a Sociedade Internacional de Restaurantes, agências de viagens, redes hoteleiras e uma longa lista de restaurantes.
• algumas empresas não apenas deixaram de vender camarões criados em fazendas, mas também ajudaram na difusão da informação e a elevar a consciência sobre os problemas ambientais.
• a campanha deu início a um movimento público de difusão de informações a restaurantes e supermercados.
• o movimento público está comprometido com a causa e trabalha como replicador da SSNC, tanto na internet quanto em meio ao público, em restaurantes e supermercados.
• observou-se uma redução significativa no consumo de lagostim, em nível local e dos atacadistas, que deixaram de comercializa-los.
• A campanha também foi apoiada por aclamados chefs, conhecidos nacional e internacionalmente, e por personalidades da televisão.

Um dos pilares da campanha, segundo relata Kajsa, é que ela contou com organizações locais das zonas afetadas, como “a Redmanglar Internacional, na América Latina, a CODDEFFAGOLF, em Honduras, e a C-CONDEM, no Equador”, com as quais a SSNC “aprendeu muito acerca da aquicultura industrial do camarão e seus impactos. Lemos seus relatórios, discutimos e escutamos suas histórias. O mais importante é que elas garantiram que conhecêssemos a realidade das comunidades afetadas. Como consequência, a força da campanha está em sua autenticidade. Sabemos do que estamos falando, não fazemos mais do que transmitir as vozes das comunidades costeiras afetadas”.

Baseado em “La campaña sueca contra los langostinos”, KajsaGarpe, SSNC,http://www.redmangueinternacional.org/sitio/images/documentos/humedales.pdf