

Campesinado y canales cortos

Reflexiones

En esta ocasión, buscando conocer de primera mano experiencias y vivencias del campesinado con diferentes modelos de 'canales cortos de comercialización', reflejamos las opiniones de las cooperativas Can Perol, de proyectos más pequeños y familiares como La Finca Ecológica y L'Almorquí, y la reconversión del caserío de Vista Alegre.

Para nuestros 'conversadores' en este artículo es evidente que ambas son razones de peso para tomar la decisión de buscar los CCC. También hay coincidencia en denunciar que el sistema de distribución de alimentos convencional es insostenible e inviable desde todos los puntos de vista, además de ser responsable de la pérdida de participación en la toma de decisión respecto a la alimentación a los dos actores principales: las y los campesinos y las personas consumidoras.

Jordi y Lourdes van más allá «la agricultura se ha hundido precisamente por los canales largos. Pensando como un productor intensivo, si se paga un precio irrisorio es necesario explotar la tierra y la planta al máximo para que los demás escalones ganen. En parte también eso hace que se utilicen muchos insumos químicos. A nosotros nos gusta simplificar, que el producto salga del campo con su valor definitivo».

Laia cree que el campesinado de Can Perol, —de toda la vida— hizo el cambio a la producción agroecológica en parte por el trabajo de sensibilización que fue haciendo la Asociación de Defensa Vegetal de fruta del Baix Llobregat. «Esta entidad ha ido

dotando a las y los campesinos de instrumentos técnicos para ayudarles a ver que 'otra forma de producir es posible'. En muchos casos pasaron de una agricultura convencional a una producción integrada, y de aquí a una ecológica. Siempre tiene que existir una convicción ideológica pues este último paso es difícil de dar y mantener en el tiempo. Y claro, en el momento que ya estás produciendo un producto diferente y diferenciado no puedes continuar por los mismos canales de comercialización. Tienes que buscar y asegurar canales que valoren el esfuerzo que haces en el campo y eso pasa por el acercamiento a la población consumidora».

«Si estamos poniendo tanto mimo en un producto —dice Santi— no podemos entregárselo a otra persona para que lo venda despersonalizado. Cuando estás durante meses cuidando

una producción es una satisfacción enorme venderla a quien se lo va a comer y ver que se cumple el objetivo con el que sembraste esa semilla. Además nos parece importante acompañar las tareas productivas con las informativas en nuestra zona, demostrar y defender que pueden hacerse las cosas de otra manera. Es decir, claramente pensamos que son motivaciones ideológicas las que nos mueven. Lo decimos sin tapujos».

Para Helen, los dos motivos están implicados, «aún subrayando que hubiese sido difícil realizar el cambio únicamente por motivos ideológicos. (Es difícil expresar el respeto que merecen aquellas personas pioneras en modos alternativos de producir y comercializar y que lo promovieron incluso sin expectativas económicas). Y también hay que subrayar que, en nuestro caso, no se puede desvincular

“

Nos gusta simplificar, que el producto salga del campo con su valor definitivo.”

Motivación ¿ideológica ó económica?

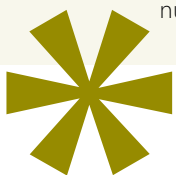
Las y los participantes

Laia Mateu, una de las familias pertenecientes a Can Perol nos presenta su empresa de producción y comercialización de productos agroalimentarios de calidad que iniciamos en el año 2008 cinco familias campesinas y una familia de técnicos agrícolas. Actualmente comercializamos productos ecológicos de los propios socios y socias así como de otras personas campesinas y ganaderas, cuanto más próximas mejor. Los productos que comercializamos son fruta y verdura de temporada y algunos transformados de productos propios, básicamente aceite y mermeladas. Nuestros campos están principalmente repartidos por las comarcas del Baix Llobregat y la Anoia. Comercializamos principalmente mediante cestas que ofrecemos por internet pero también vendemos a cooperativas de consumidores/as, comercios de barrio o con puestos en el mercado. En el verano, con mucha fruta producida hemos tenido que utilizar 'canales convencionales' del mundo ecológico para dar salida a toda nuestra fruta.

La Finca Ecológica, es una apuesta familiar de **Jordi Mira y Lourdes Carbonell**. Comenzaron haciendo agricultura ecológica para autoconsumo pero desde hace ya 10 años viven de ello comercializando en el pequeño comercio cercano y a los grupos de consumo de la provincia de Alicante. Cultivan hortalizas, frutas y algunos frutos secos en diferentes terrenos repartidos en las comarcas de l'Alcoià i El Comtat, para aprovechar diferentes climatologías y altitudes.

Helen Groome nos cuenta del caserío Vista Alegre ubicado en el Valle de Karrantza en el extremo occidental de Bizkaia en el País Vasco. «Dos hermanos llevan toda su vida produciendo leche de vaca en este caserío que hoy día cuenta con unas 30 hectáreas de tierras, la mayor parte arrendada. Dos hijos de un hermano y la compañera del otro están en proceso de incorporarse a la granja, por lo que ésta sustenta a dos familias. Hasta el verano de 2011 se ha vendido la leche a centrales lecheras directamente o por medio de venta a cooperativas ganaderas. Desde agosto de 2011 empezamos a pasteurizar parte de nuestra leche y producir queso fresco, queso tierno, queso maduro y yogur natural en una quesería que hemos construido en el caserío. De momento usamos tres vías de comercialización para estos productos. Por un lado personas consumidoras vienen a comprar en nuestra quesería; por otro lado suministramos productos a 10 grupos de consumo que están integrados en la red Nekasare; y, por último, acudimos a ferias locales, bien sea de consumo responsable/ecológico o simplemente tradicionales agrarias. A partir de 2012 también introduciremos nuestros productos en las pequeñas tiendas de las comarcas más cercanas (entre Karrantza y Bilbo). El objetivo es, evidentemente, ir transformando un porcentaje cada vez mayor de nuestra leche e ir progresivamente dejando de entregar leche a la cooperativa ganadera y, así, a las centrales lecheras.

L'Almorquí es el nombre de un paraje cercano a Monovar, en Alicante, con una historia agraria muy antigua y peculiar que **Santi Poveda** y sus compañeros están recuperando a través del cuidado y cultivo de la tierra. Fue hace 4 años cuando decidieron hacerlo de una manera más seria y comprometida, viviendo de ello y adoptando para el proyecto el nombre del lugar. Gracias al importante auge del asociacionismo en consumo tienen en la actualidad muy buenas perspectivas en la propia comarca. Lo venden todo en grupos de consumo muy cercanos, pequeños comercios y, en su pueblo, realizan servicio de cajas a través de internet, que ahora quieren extender a municipios vecinos. El entusiasmo y el amor a la tierra hace que la recuperación del patrimonio asociado sea una motivación equivalente a la propia producción y ya han recuperado numerosas variedades de semillas y también la raza de gallina alicantina, que en los libros se daba como desaparecida.



el cambio de la comercialización del cambio en la manera de producir. En la práctica se ha visto como el precio de la leche de las centrales

lecheras ha disminuido gradualmente (hoy nos pagan como hace 20 años), mientras que el precio de los insumos como piensos, diesel, etc. han subido continuamente. Simplemente no sale a cuenta producir leche para vender a la industria, por lo que había un fuerte motivo económico – de sentido

común - para realizar un cambio de comercialización. Pero, y esto puede ser común en otras compañeras y compañeros, aun sabiendo que a la población consumidora se le vendía cualquier alimento como de 'calidad' sin que necesariamente lo fuera, o al menos con los criterios que a nuestro

Ganancias en los canales cortos

De las diferentes opiniones recogidas, resumimos las ventajas que para este campesinado ofrecen los canales cortos:

- Percibimos un precio justo por nuestros productos.
- Tenemos la oportunidad de conocer a las personas que consumen nuestros productos, directamente en muchos casos o por medio de personas que coordinan grupos de consumo. De esta manera podemos explicar nuestro proyecto y, algo que nos interesa mucho, conocer la opinión de la gente acerca del proyecto agroganadero y de nuestros productos en concreto. Hay un muy interesante intercambio de información y conocimientos que redundan en confianza mutua. Las personas que vienen a comprar ven cómo trabajamos, el grado de limpieza e higiene de nuestras instalaciones y pueden preguntar todo lo que quieren. Es un proceso de mutuo conocimiento... a la vez podemos preguntarles sobre sus hábitos de consumo, sus gustos, cómo preparan alimentos, etc.
- Con estas fórmulas fomentamos el consumo local reactivando las microeconomías locales.
- Nos permite conocer la demanda con antelación suficiente como para programar las siembras en función de ella.
- Es un escenario que nos permite soñar con la posibilidad de vivir de nuestro trabajo permaneciendo en la profesión.
- Hay evidentes ahorros energéticos con la comercialización directa, siempre y cuando se vincula, claro está, con canales cortos. «Ahora bien puntualiza Helen al inicio de los grupos es posible que el gasto energético sea mejorable, ya que al inicio se suele transportar poco producto cada vez».
- También los CCC permiten a la población consumidora visualizar mejor quién o quiénes están ganando con la compra-venta de alimentos y plantear límites a las dimensiones de poder económico y control mercantil de sus proveedores/as. La comercialización directa, de hecho, permite destapar la explotación que hace la cadena agro-alimentaria industrial de tanto la población agraria como la consumidora. Incluso hay productos para las que la población consumidora paga menos que en las grandes superficies, a pesar de tener una mayor calidad socio-ambiental. Se reparten mutuamente los beneficios del suministro de los alimentos y no las desventajas del negocio alimentario.



entender debiesen pesar, nos parecía difícil que dicha población adquiriese conciencia de lo que le estaba ocurriendo. Veíamos la necesidad de un cambio de ética o moralidad en la producción y suministro de alimentos a la población consumidora sin vislumbrar en un primer momento el cómo. Poder solventar un problema

económico a la vez que sentirnos moralmente satisfechos/as con nuestra manera de producir leche y con la posibilidad de transformar y venderla nosotros/as mismos/as empezó a parecer factible con el inicio del proyecto de Nekasare, donde se empezó a aglutinarse personas productoras y consumidoras preocupadas por la

manera de producir y vender alimentos, y desde muchas ópticas (salud, nutrición, medio ambiente, economía agraria, economía local...). Tener una población consumidora que hace esfuerzos por entender cómo producir mejor los alimentos para el beneficio mutuo de ella misma y la población agraria ha sido fundamental para

echar a andar. De cara a ayudar a estas mismas personas y otras posibles consumidoras, hemos hecho un sitio web (www.vistaalegrebaserria.com) que introduce nuestro caserío y qué hacemos, y ofrece muchos detalles acerca de la calidad de nuestra leche, por qué usamos los envases que usamos para nuestros productos, la biodiversidad florística de nuestros prados, recetas que emplean leche, yogur y/o queso, etc. Nuestro objetivo es que la gente haga una compra informada y entiendan nuestros motivos económicos pero también ideológicos».

BARRERAS QUE NOS ENCONTRAMOS

Helen nos describe con mucho detalle las gestiones que han tenido que realizar la para la reconversión del caserío. «Para poder transformar y vender nuestra leche hemos tenido que cumplir toda una serie de normativas, particularmente (pero no únicamente) sanitarias y que implican inversiones, burocracia y tiempo. Normativas que son exactamente las mismas que tienen que cumplir las enormes fábricas (centrales lecheras, conserveras....) de las grandes empresas agro-alimentarias. Se piden cosas que no necesariamente tienen lógica — ¡una ducha en la quesería cuando la casa está a 8 metros de distancia! Hace falta una adecuación de la normativa a la escala de cada proyecto. Hay que garantizar condiciones sanitarias, sin lugar a duda, pero el cómo no tiene por qué ser siempre lo mismo».

«En la fase de la comercialización —continúa Helen— hay un desfase entre lograr el permiso sanitario para producir y recibir el número del registro de sanidad que debería aparecer en las etiquetas de los productos, por lo que hay un periodo de tiempo en que se está produciendo sin poder vender formalmente. En todo caso, aquí es una gran ventaja poder entregar productos a los grupos de

Arrasado con vuestras bombas
los valles,
borrad con vuestros editores
nuestro pasado
nuestra literatura;
nuestra metáfora
Desnudad los bosques
y la tierra
hasta que ni el insecto
ni el ave
ni la palabra
encuentren rincón alguno
donde refugiarse





El apoyo necesario de las administraciones

«Nuestro proyecto —cuenta Helen— sería muy diferente si no hubiésemos recibido dinero público en forma de una subvención. En cambio en poco tiempo habremos creado tres puestos de trabajo en un valle rural, incluyendo dos puestos para jóvenes y uno para una mujer. El apoyo de las administraciones, después de llevarnos a un modelo insostenible, es de justicia, y es la salida real que tiene el campo actual. Y se pueden hacer cosas sencillas, por ejemplo, una de las maneras más obvias para reducir los costes de inversiones es mediante la apuesta por proyectos en común: una quesería serviría a varias familias ganaderas por ejemplo, igual que una furgoneta de frío en común.

«A las corporaciones municipales, siendo la administración más cercana a la gente les pediríamos una mayor implicación en la facilitación de los CCC, desde infraestructura de mercados y ferias a interiorización y sensibilización de los beneficios de dichos circuitos para el bienestar del propio municipio y sus habitantes. A administraciones superiores se les puede solicitar una mayor implicación en la adecuación de las normativas a las verdaderas necesidades de producción y comercio local, por ejemplo.

«En todos los casos, es necesario la recuperación de valores como la honradez, la equidad y la justicia en los tratos entre administraciones y población, en este caso en concreto en cuanto el modelo de producción y comercio. Sin un cambio en el actual paradigma de la actividad política —lucro económico personal y de personas allegadas de un núcleo de la clase política suficientemente poderoso como para ahogar muchos esfuerzos de aquellas partes de la clase política que aún recuerdan su deber democrático— la participación de las administraciones en la construcción de la soberanía alimentaria, y cómo parte de ésta, los cortos circuitos de comercialización, será imposible».

consumo, ya que éstos, conociendo la legalidad y carácter filosófico del proyecto, han renunciado a etiquetas. Cumplir con todos los requisitos de la ley, a la vez que disponer de las instalaciones, la maquinaria y los utensilios necesarios cuando se parte de cero implica una sustanciosa inversión».

Para la gente de Can Perol el problema lo encontraron en aspectos más administrativos: «lo más complicado ha sido lidiar con las gestiones administrativas en varias administraciones,

sin ningún apoyo técnico. Es un circuito larguísimo y complicado. Se requieren mejorar y simplificar las fórmulas así como ofrecer más apoyo en el proceso».

En cambio, Jordi y Santi no encuentran mayores problemas en las normativas, excepto sus conocidas contradicciones al permitir ciertos químicos y aditivos en los alimentos y prohibir determinadas técnicas artesanales, perjudicando claramente a las iniciativas de producción local y familiar. Jordi señala que el verdadero problema tiene que ver con el origen de esas contradicciones: «la agricultura intensiva está demasiado implantada, sobretudo en la mentalidad de los consumidores».

Por último una reflexión se repite. No sólo hay que mirar hacia la administración, muchas de las dificultades se presentan entre los propios agricultores y agricultoras. Los supuestos valores ecosociales que llevan a la agroecología y los circuitos cortos pueden desaparecer frente a los intereses económicos. Así lo relata Laia, «cuando reflexionábamos sobre qué canal desarrollar recibimos el soporte de otras y otros compañeros que ya estaban en estos CCC. Pero a la vez, también encontramos otras iniciativas del sector agroecológico que rechazar, sin conocerlo, nuestro proyecto. Pienso que es reflejo del miedo y de que estamos en un sector inmaduro, en ocasiones receloso. Necesitamos

ser más plurales y no tan taxativos o estrictos a la hora de encuadrar un proyecto».

LA IMPORTANCIA DE LA COORDINACIÓN

Para Laia la organización y más trabajo conjunto dentro de 'este sector' es clave, «siendo más generosos y generosas y con mayores interacciones. No sólo del lado de la producción —dice— son criterios que también debe de asumir la sociedad en general».

Sobre este punto de organización entre productoras y productores, Jordi y Santi lo tienen claro, y nos cuentan cómo este proceso ya está en marcha en la provincia de Alicante y ahora planifican los cultivos en común, complementan la oferta, unifican precios y, en definitiva, cooperan de diferentes maneras. «Este proceso se ha dado en parte gracias a los propios grupos de consumo y también a iniciativas como algunos mercados de calle, ya que en estos espacios coincidimos todos, nos reunimos y compartimos problemáticas e ideas para hacerles frente, además de estrechar mucho las relaciones y pasar un buen rato».

Helen advierte que «los intereses ya creados en los circuitos convencionales de comercialización son muy poderosos y cualquier avance significativo de los CCC traerá políticas activas de los primeros para arruinarlos, si pueden también legalmente y para desprestigiarlos, como ya hemos visto en el sector. Es en esos momentos que un proyecto conjunto puede tener ventajas o claras desventajas si las personas productoras involucradas no tienen muy claras sus coordinados».

CERTIFICANDO, SÍ Ó NO

Los CCC suelen mayoritariamente comercializar productos ecológicos, por lo tanto hay que preguntarse en qué medida la certificación de los

“
Veíamos la necesidad de un
cambio de ética o moralidad en la
producción y suministro de alimentos
a la población consumidora sin
vislumbrar en un primer momento el
cómo.”

mismos favorece o no estos canales. Por lo que nos cuenta las y los conversadores al respecto parece ser que la inmensa mayoría de la agricultura que camina por los CCC dispone de la certificación oficial. Tan solo algunas unidades muy pequeñas no disponen de la certificación alegando que es complicada y costosa, lo cual no significa que sus producciones no sean adecuadas y de calidad.

Pero que la gente utilice la certificación no significa que estén de acuerdo con el sistema. Mientras que para algunas o algunos productores es un sistema del que cuestionan su valor, que parece ser sólo económico y que aleja de las motivaciones ideológicas de la propuesta, para otras es un modelo a defender. «Creo que aún hay demasiado desconocimiento respecto a este tipo de productos —explica Laia— así que el hecho de que la población consumidora pueda diferenciar el producto por el logotipo es básico. Y aunque el actual modelo muestra deficiencias propias de su juventud, apostamos por la certificación, y preferiblemente la pública. Las y los productores de menor escala pueden, sin mucho problema, conseguir la certificación». Para Lourdes y Jordi el sello oficial fue especialmente importante al principio. En este momento toda su producción podrían, sin problema, venderla sin sello porque sus clientes les conocen y

tienen la mejor garantía: la confianza, que se han ganado a través de años de trabajo. Mantienen el sello para poder llegar a la gente que todavía no les conoce, para abrirse a nuevas personas consumidoras.

Santi se muestra mucho más crítico con el sello. Le parece injusto que haya que rellenar papeles y pagar tasas por hacer las cosas bien. «No lo necesito para vender a mis clientes, la subvención es muy escasa y el hecho de tratar de aumentar la biodiversidad y recuperar variedades tradicionales no hace más que complicar la burocracia. Mantenemos el sello porque tenemos algunos cultivos —como viña para vinificación o almendra para procesado— que nos lo exigen».

