

UNA REFLEXIÓN SOBRE LOS VACÍOS EN LA DISTRIBUCIÓN ALTERNATIVA

Aprovechando el tirón de lo local y ecológico vemos cómo los supermercados han incorporado este tipo de productos, pero también cómo han surgido nuevas formas de comercialización especializadas, como franquicias, colmenas o plataformas en Internet. ¿Qué tiene de positivo y de negativo este boom? En este escrito quiero colaborar en una reflexión que no tendría que hacerse solo investigando estos escaparates, sino también observando de forma crítica las alternativas y propuestas que desde los movimientos sociales hemos venido llevando adelante, para poder avanzar en diversificar los horizontes de la soberanía alimentaria.

Este escrito no será tal vez el recetario ni la varita mágica que algunas buscamos. Plantea más preguntas que respuestas y además está totalmente escorado pues se basa fundamentalmente en mi participación en iniciativas locales de transformación, en el activismo agroecológico y por la soberanía alimentaria y en mi experiencia como elaborador de pan.

El negocio lo hacen otros

«Llevamos diez años de militancia, y tendría-
mos que reflexionar sobre nuestras prácticas». Desde esta afirmación de un compañero han pasado casi otros diez. En aquel momento parecía

que el movimiento por la soberanía alimentaria no podía crecer más en gente y proyectos, que estábamos tocando techo con nuestras propuestas, y daba la sensación de que no podríamos parar la amenaza a las culturas y ecosistemas rurales que suponía el expolio corporativo y las malas políticas institucionales. ¿No podíamos o no sabíamos?

Ya por entonces veíamos como los compañeros y compañeras se dejaban, literalmente, la vida en los surcos, en los proyectos, para salir adelante con las ideas y las verduras; veíamos que nadie estaba para tirar cohetes en lo monetario, pero que en nuestra pobreza no había miseria. La

“ ¿Han satisfecho los proyectos de consumo las necesidades que teníamos? ”

sensación general era que teníamos la razón, que andábamos por los caminos correctos, pero con esta satisfacción no podíamos pagar arriendos, suministros, energía, aguas...

Teníamos un buen discurso, la soberanía alimentaria, y una buena herramienta, la agroecología. «Una buena idea», escuché una vez comentar a un técnico de la administración, «pero como no espabiléis, el negocio lo harán otros». Y los primeros en llegar fueron los supermercados.

Grandes superficies con sello verde

Con sus certificados, con sus sellos públicos o privados, ya hace tiempo que tenemos los lineales de los supermercados repletos de productos ecológicos.

Para producir las cantidades que demanda el modelo de las grandes superficies no cualquier tipo de producción ecológica es útil. Se sigue favoreciendo el acaparamiento de tierra y el gran latifundio, buscando una competitividad de precios que se soluciona con las economías a escala, aunque no precisamente a escala humana. Monocultivos en su versión ecológica, fincas y obradores con alto grado de mecanización, sustitución de insumos de síntesis por insumos ecológicos (que pueden suministrar las mismas empresas de agrotóxicos) e incluso explotación laboral, son prácticas que caben perfectamente en los sellos verdes oficiales.

Aunque libres de pesticidas y transgénicos, las variedades que se encuentran en dichos lineales no son de proximidad, los tomates ‘ecológicos’ siguen siendo de variedades que aguantan viajes y almacenamiento prolongado, no hay una preocupación mayor que la venta y poco o nada que nos recuerde nuestras culturas alimentarias ni sus gentes.

No deberíamos pues dejar de señalar los efectos perniciosos que tiene el *supermercadismo* sobre los ecosistemas y las culturas rurales, por muy certificados en ecológico que estén. Nadie en un supermercado explicará por qué los panes que producíamos tenían una significación diferenciada, por qué usábamos unas harinas locales y no otras, por qué eran necesarias fermentaciones lentas o el formar a mano, y, sobre todo, en un supermercado nadie trasmitirá la alegría de producir y transformar alimentos, el orgullo de ser campesinas y elaboradoras.

El circuito corto se nos ha quedado corto

Creo que está claro que los modelos de supermercados que venden ecológico encajan con aquellas personas que solo siguen unos criterios técnicos de producción y unas líneas bien marcadas de características de suministro. Lo que no me atrevería a decir es que encajen bien con aquellas personas y colectivos que, además, se preocupan por enraizarse en los territorios, con conocimiento heredado o adquirido de sus ecosistemas, preocupados por la diversidad, la temporalidad y también por sobrevivir en lo económico, pero con una cultura que integra muchas más variables y en pleiotropía, es decir, siendo más que la suma de sus partes, superando lo que el reduccionismo del paradigma agroindustrial nos quiere inculcar.

Pero ¿acaso no hemos visto productos de proyectos agroecológicos en los ecosúpers de nuestras ciudades? Sí, así es. Y esa necesidad de dar salida a la producción en aras de la pervivencia económica casa a la perfección con la necesidad de limpieza de cara en lo social de la gran distribución alimentaria. Y, como hemos visto en el caso de la producción ecológica o «libre de tóxicos», otros valores como cercanía, dimensión humana, particularidad o campesinado son, cada vez más, variables en auge como bien posicional, como estrategia de *marketing*. En términos neoclásicos, como un nicho de mercado nada desdeñable.

En ocasiones se puede escuchar desde el consumo politizado, que vender en grandes superficies es una conducta que resta puntos a experiencias agroecológicas, que no es praxis de soberanía alimentaria y que en cierta manera *pervierte* el proyecto en cuestión. Es difícil sustraerse de hacer juicios, más si tenemos unos principios fundamentales claros que nos presentan no solo



Picnic, obra a cargo de Johannes Von Stritzky para la muestra *Agroecología Collage*

los horizontes sino también los caminos para llegar a ellos. Sin embargo, no quiero dejar de darle una vuelta a las limitaciones con que nos estamos encontrando en los últimos tiempos en los circuitos alternativos de comercialización porque soy de la opinión que estas han sido la puerta de entrada a los súpers.

Porque por mucho que lo intentemos evitar, cualquier experiencia alternativa, así como las redes y resistencias, siguen dependiendo —y cómo— del mundo capitalista. Esto no se puede perder de vista y hay algunas preguntas a las que estaría bien responder, por ejemplo, ¿han satisfecho los proyectos de consumo las necesidades que teníamos?, ¿van los tiempos cooperativos y asociativos acordes con las rutinas y agendas de todas las personas que forman parte de ellos?, ¿se ha resuelto convenientemente el tema de precios? Lo que sí parece seguro es que, actualmente, con unas economías fuertemente degradadas y precarizadas, muchas de las contrapropuestas surgidas no son viables o son muy complicadas.

Una cosa sí me parece que es clara, como le escuché decir una vez a un estudioso del tema: «el

círculo corto se nos ha quedado corto». Muchas experiencias por la soberanía alimentaria se ven obligadas a buscar canales menos agroecológicos pues las redes de consumidoras no pueden dar salidas en este punto. Otras muchas hemos tenido que «bajar persiana» o vender nuestros conocimientos y trabajo al ecocapitalismo.

La distribución, ese eslabón que no hemos atendido

Hasta hace nada, la bandera del consumo crítico organizado eran las cooperativas y grupos de consumo, en sus diversidades de forma y funcionamiento, gentes organizadas alrededor de un ideario que con su pasión y esfuerzo daban salida económica a producciones agroecológicas con credos similares, rompiendo la dicotomía campo-ciudad, recuperando y recreando la agricultura del territorio y experimentando las sendas de la soberanía alimentaria. Su progresión parecía ascendente y sin límite, pero para ciertas producciones como derivados animales o fruta, «se quedaban cortas» y mientras se estaban planteando estas cuestiones, la crisis financiera

del sistema nos golpeó a todas. En mayor o menor medida, la mayoría de experiencias se han visto tocadas. En la producción pero también en el consumo. ¿Cuántas cooperativas con lista de espera interminable hoy tienen sus puertas abiertas? ¿Cuántos grupos de los pioneros siguen activos hoy? La paradoja en que nos encontramos es que en el momento de mayor auge del mercado de producto ecológico, las experiencias agroecológicas están contra las cuerdas, cuando no han desaparecido directamente.

Si hoy quienes producen de forma agroecológica tienen que hacer malabares para no caer en las manos de los súpers es porque el talón de Aquiles de buena parte de nuestros sistemas alimentarios alternativos es la distribución. Desde los inicios del movimiento hemos escuchado que gran parte del problema de la producción y el consumo agroecológico son los intermediarios, que encarecen los productos y controlan el poder político hasta hacer un dogma de esta afirmación y ante cualquier discusión o problema al respecto, nos hemos enrocado. Así, aunque el peso de ese trabajo recaiga sobre productoras que acaban haciendo de logistas y transportistas más que de campesinas, hemos seguido negando la necesidad de delegar la distribución. Ha seguido vigente la idea de que «nosotras nos lo hacemos todo y de que somos capaces de hacer viables los proyectos productivos».

Nuevos actores que reconfiguran el escenario

Es probable que nos suenen experiencias como las Colmenas o empresas de venta por Internet como Socium. Son iniciativas empresariales particulares que con eficiencia han solucionado el atolladero de la distribución si caer en la lógica supermercadista.

Si las miramos con cierta distancia, no veremos prácticamente diferencia entre su discurso y el que se defiende en las redes de la soberanía alimentaria. Temporalidad, calidad, agriculturas campesinas, kilómetro cero... Algunas en sus presentaciones defienden directamente la agroecología y la soberanía alimentaria. El discurso propio de reivindicaciones y plataformas de resistencia se ha tornado un reclamo de mercado.

Y si bajamos al detalle, si vamos a conocerlos, descubriremos que no se trata exclusivamente de una estrategia de venta. Son emprendimientos de personas que han sentido la necesidad, o han

visto la oportunidad, de hacer algo para acercar las producciones del campesinado a las consumidoras de las urbes. Son personas con conocimientos y habilidades que tal vez no se han sabido valorar en las redes alternativas; que han conseguido dar salida a las producciones y elaboraciones que dichos circuitos no han podido absorber; que, además, las han acercado a sectores de la población a los que no parecía que se pudiera llegar (o no se sabía cómo); y que periódicamente saben cómo hacer *marketing* y poner en el candelero mediático las producciones del campesinado y de las nuevas ruralidades.

Lo que sucede es que estas nuevas experiencias, por lo general, no han salido de las matrices de movimientos y redes por la soberanía alimentaria. Y, por lo tanto, no existe una ideología, una política en su hacer. No existe un planteamiento de fondo de por qué es más interesante una experiencia productiva u otra, ni priman más valores que los de un producto de alta calidad y exclusividad, tampoco existe un compromiso de acompañar a la producción en sus ciclos y problemáticas (si una cosecha se pierde, ya pondremos otro productor), y ni hablar de intentar organizar el consumo. De hecho, a este respecto nos han comentado que precisamente buena parte de su crecimiento en clientela son personas que han salido *quemadas* de las obligaciones de las cooperativas de consumo.

Es claro que no se puede poner en el mismo saco a los súpers ecológicos que a estas experiencias. No son lo mismo, ni en dimensión ni en praxis. Pero si bien los supermercados son enemigos frontales de la soberanía alimentaria y se los ha de combatir, también opino que estas experiencias no son hoy por hoy respuesta en clave agroecológica a la problemática de los sistemas alimentarios convencionales.

Porque sin cuestionar el libre mercado no pasamos de ser un nicho *foodie* de este, porque sin intentar enredar y trenzar movimientos no será posible transformación paradigmática alguna y porque el individualismo de estas experiencias está muy alejado de la necesaria articulación de un movimiento social.

Si el pan que elaboraba, el que me traía a la memoria los saberes de mis mayores, el que reivindicaba variedades de semillas consideradas hasta hace nada como inútiles y que casi se extinguieron, si el producto que elaborábamos para nuestras cooperativistas buscando la justicia en el

intercambio se ha de convertir en una «experiencia gastronómica de lujo»... entonces, baguetes de gasolinera para todas.

La figura de la distribución con entidad propia

Cuidado, no pretendo volver a enrocarme en la idea de que sobran intermediarios y que entre productoras y consumidoras «nos lo podemos montar todo». Creo que estas experiencias nos

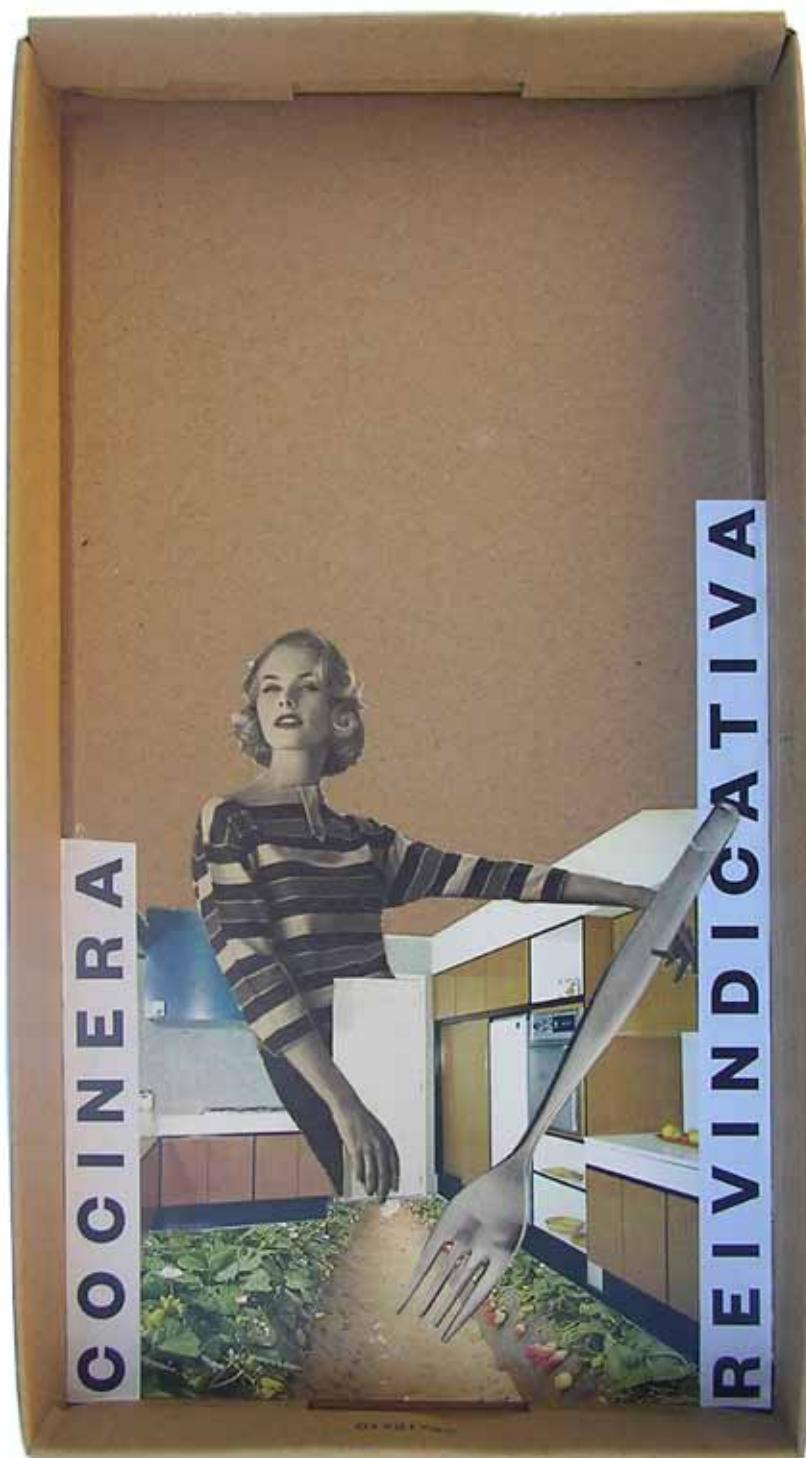
muestran, o al menos nos plantean, que en un sistema alimentario alternativo es necesaria la figura de la distribución, con entidad propia. Además, tengo el convencimiento que esta no ha de ser mala *per se*, siempre y cuando, como en la producción y el consumo, esté en clave de soberanía alimentaria y, como el resto del sistema, bajo un control político colectivo, horizontal.

¿No nos parecerían válidas plataformas de distribución de alimentos que nos hicieran más fáciles la producción y el consumo agroecológico? ¿No serían interesantes estructuras controladas por una base social que nos hiciera viables en lo monetario sin alejarnos de nuestras luchas? ¿No podríamos plantearnos posibilidades como se hizo desde la energía y desarrollar un Somos Alimentación?

Como dije al principio del texto, después de todas estas palabras no he aportado mucho en el análisis y menos en las soluciones de la praxis en la soberanía alimentaria. Es posible incluso que alguna compañera esté molesta conmigo por haber cuestionado nuestra forma de funcionar hasta el momento. Pero sentía la necesidad de «soltar esta pedrada» porque tal vez sirva para contribuir a pervivir y seguir construyendo movimiento, para aprovechar el momento de reflexión y diálogo que vivimos frente los nuevos escenarios y facilitar alguna propuesta en los diversos espacios de articulación y reacción que se están dando. Para poder seguir alimentando al mundo como hemos hecho por milenios.

Xavier Montanyès

Activista por la soberanía alimentaria



Cocinera,
obra a cargo de
Daniel Tornero
para la muestra
Agroecología Collage