



Centro de Asesoría y Estudios Sociales
Atocha, 91 2º
28040 Madrid
Tel: 91 429 11 13 Fax: 91 429 29 38
www.nodo50.org/caes caes@nodo50.org

¿Cómo impulsar el consumo agroecológico responsable?

Impulsar la soberanía y seguridad alimentaria

1. ¿Qué es soberanía y seguridad alimentaria?. Planos y dimensiones de seguridad alimentaria (cantidad, calidad, alianza estratégica entre productoras/es y consumidoras/es).
2. Relación entre prácticas (de producción, de consumo en red de distribución, de transporte y su sistema de alianza y cooperación) y teorías unidas aunque no confundidas.
3. El incipiente movimiento social por la soberanía alimentaria cuenta con una gran ventaja respecto a otros MM SS: fuerte penetración de la ideología de las prácticas. Esto se debe a su origen (en la politización de su origen está su virtud y su muerte).

El actual modelo de desarrollo del Movimiento por la Soberanía y seguridad alimentaria en Madrid está colapsado. Rasgos

1. Estancamiento, fuertes disputas ideológicas que consumen gran energía, espantan a los nuevos e impiden la cooperación. Inviabilidad económica de los proyectos productivos y del transporte, baja calidad, cantidad y diversidad de los productos, gran dificultad para la distribución de tareas en los grupos, sobrecarga de tareas en las personas más dispuestas que, en contradicción con lo declarado (participación, autogestión) producen el desgaste de quienes asumen las tareas no compartidas originando un efecto perverso (las personas más generosas aparecen como la causa de la falta de participación en lugar de como el efecto).
2. Sin una dimensión y tamaño mínimos es inviable el funcionamiento de una red de consumo agroecológico. Estamos en la paradoja: no somos viables porque no crecemos y no crecemos porque no somos viables. Un desarrollo de esta paradoja es, si no tienes suficientes productos no puedes conseguir consumidores, pero sin consumidores no puedes activar la producción en los periodos que van de invertir y sembrar a recolectar. Igualmente no se puede garantizar el transporte para escasas y exiguas cantidades de productos (solidaridad con los pequeños se ha convertido en un freno). Tampoco se puede garantizar un buen funcionamiento de la red de consumo (participación en las tareas cotidianas de autogestión de cada grupo, cobros, pagos, incidencias, tarea de coordinación intergrupos y con los proveedores, tareas de elaboración, debate y participación en los MM SS).
3. El problema de la dimensión no sólo afecta a la masa total de consumidores sino al tamaño de cada grupo de consumo (que reúne un cierto número de familias e individuos). Es antiecológico y antieconómico mantener grupos que no tienen una dimensión adecuada y no habilitan mecanismos para superar esta limitación. Antiecológico por los costes de tiempo y transporte invertidos. Antieconómico porque insume demasiado coste porque exige un aumento de la complejidad y control de los mecanismos de solidaridad y apoyo mutuo. Aunque la economía no rige nuestras motivaciones es una parte a tener en cuenta en la viabilidad.

4. El problema de la dimensión no sólo afecta a los elementos componentes de la Red, sino también a sus relaciones con otras redes. La viabilidad puede depender de optimizar algunos de sus recursos mediante acuerdos de cooperación con otras redes (compras puntuales o regulares).

Causas que impiden afrontar el problema de la dimensión

1. Disparidad de tiempos en origen (producción y consumo) ya expuestos. Resolver este problema implica salir de la paradoja (viabilidad y crecimiento).
2. La virtud del movimiento que supone su conciencia ideológica se convierte por la vía del dogmatismo y del sectarismo en un freno.
3. Un alto contenido ideológico puede tapar y subordinar el resto de los problemas prácticos (cantidad, calidad y diversidad; búsqueda de las sinergias entre los distintos componentes del proyecto –producción, transporte y consumo en red- basadas en el respeto; construcción de identidades autoreferentes basadas en la fidelidad a un grupo portador de las esencias, que impide la discusión de los problemas y las relaciones igualitarias con otros proyectos).
4. En el caso de Madrid este factor ha tenido un peso decisivo: experiencia del BAH.
 - Asume toda la Teoría Agroecológica de proyecto integral de producción-consumo, anticapitalismo, antiglobalización, apoyo mutuo, pero en la práctica se constituye como el único y auténtico sujeto de la agroecología, estableciendo relaciones instrumentales con otros sujetos y factores como la Red de GAKs, el transporte y no reconociendo la pluralidad de experiencias y discursos agroecológicos en el Movimiento Antiglobalización.
 - Imposibilidad de diálogo. El BAH sólo es viable externalizando, es decir, cargando los problemas enunciados sobre las espaldas de otros. Por eso, después de contribuir a su fundación, sostenimiento y divulgación desde su origen nos hemos ido.

Participación de la Agroecología en el Movimiento Social Antiglobalización

1. Identidad del Movimiento Social Agroecológico
 - No se puede abordar un proceso de cambio social frente al capitalismo global sólo desde la producción, desconociendo la circulación y el consumo. Tampoco se puede desde el consumo, desconociendo la producción y la circulación.
 - Para sortear el peligro de convertirnos en un nuevo segmento del mercado global, necesitamos que el movimiento disponga de un potente discurso. Pero pensar que no se puede pertenecer al movimiento, es decir, participar en un grupo de consumo o en un proyecto productivo o en la mediación del transporte, organización y control de las redes sin participar de la totalidad de la ideología es aportar por la marginalidad.
 - El discurso político del movimiento agroecológico es necesario para su desarrollo, pero no como un dogma, sino como la referencia con la que habrá muy diferentes grados de adhesión. Sólo a través del proceso real del movimiento y respetando los ritmos y la diversidad cultural de las personas que participan, el movimiento tiene viabilidad más allá de una secta.

Pilar Galindo
GAK de CAES