

Cómo decir adiós al intermediario

Las cooperativas de consumo se afianzan como un modelo respetuoso con el territorio, fiel a la producción ecológica y solidario con el campesino

En los últimos tres años ha ido configurándose en nuestra comunidad un movimiento cada vez mayor de personas que se organizan en grupos cuyo objetivo principal es comer sano, pero que consiguen algo más: una alternativa creativa que restituye el antiguo modelo de trato directo entre payeses y consumidores. Una relación que evita los aparatosos procesos de intermediación, donde cada eslabón incorpora márgenes de beneficio y conduce a precios finales verdaderamente abultados, por no decir prohibitivos. Por NURIA ABAD

Debido a la evolución experimentada en las últimas décadas en el modelo de comercio en general, y de la agricultura y la ganadería en particular, la producción de alimentos ha ido llevándose al pantanoso terreno de la inseguridad. Por suerte, todavía sobreviven granjas y cultivos autónomos basados en la explotación óptima de los recursos naturales. ¿Qué pasaría si –como se cuestiona José Bové, líder de la Confédération Paysanne– el mundo campesino, identificado como arcaico y conservador, comenzase a encarnar la verdadera modernidad? ¿Y si –cabría añadir– el consumidor se responsabilizase de sostenerlo? Lo ecológico es caro porque es todavía escaso y, dada la ausencia de una apuesta oficial decidida, sólo la eliminación de intermediarios puede abaratar los precios. Al amparo de esta lógica han nacido las cooperativas de consumo, un movimiento cada vez mayor de personas que se organizan para desarrollar un

modo de consumo que tenga en cuenta las consecuencias sociales y medioambientales. Es un medio de vivir mejor, pero también un sistema de ahorro, un instrumento de educación (puesto que comparten jornadas de trabajo con los campesinos que les proveen) y, fundamentalmente, una fórmula de transformación radical de la organización económica presente. Se trata de una alternativa creativa y posible en la que no cabe ningún tipo de estrategia de mercado, como puede ser la utilizada en las grandes superficies para favorecer el consumo por impulso. Sus miembros asumen el trabajo de contactar con los productores y gestionar el reparto. Asimismo, mediante el acuerdo de unos precios estables, consumidores y agricultores dejan de depender de las fluctuaciones del mercado global.

Esta aparente utopía es posible gracias a la responsabilidad y el trabajo conjunto. Los pioneros del movimiento de coope-

rativismo alimentario comenzaron en los años setenta con el sueño de hacer posible el acceso a todo el mundo a los alimentos ecológicos. La idea se extendió rápidamente por toda Europa. Pero mientras en Alemania e Inglaterra se crean continuamente nuevas coope-

Un alimento no es ecológico si tiene que recorrer cientos de kilómetros

rativas, en España todavía no constituyen una alternativa a la oferta de las cadenas de supermercados. No obstante, su desarrollo en Mallorca es alentador: catorce en tres años, siete de ellas en Palma. El pasado mes de diciembre, el Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa (GOB) les



otorgaba el premio Alzina por “estimular la producción agrícola ecológica y el consumo saludable”.

“El payés suministra productos que son cultivados de una forma responsable con el medio y que son puestos en la mesa al poco de su recolección, y el consumidor paga un precio justo en el compromiso de adquisición de los mismos, sabiendo siempre quién produce lo que come, dónde y cómo lo cultiva”, explica Caterina Amengual, presidenta de la Asociación de Licenciados en Ciencias Ambientales de las Illes Balears y experta en cooperativismo alimentario. Y añade: “El aumento de los precios de venta para el productor no sólo permite que éste pueda vivir de su trabajo, evitando así el creciente abandono del campo; también invita a mo-



Usuarios de diversos grupos de consumo realizan tareas de selección de calidad de pimiento 'tap de cortí' / MARIJO MORENO

GRUPOS DE CONSUMO Y HUERTOS COOPERATIVOS

AVV Canamunt-Ciutat Antiga (Palma)
Centre Social Flassaders, Ferreria, 10
avvcanamunt@yahoo.es

Agrohorizontal (Palma)
CSO El Resplandor, Vallori, 1
(Plaça des Banc de s'Oli)
cooperativaagrohorizontal@moviments.net
http://agrohorizontal.wordpress.com

Círculo Materno (Palma)
Casal de les Dones, Carrer dels Foners, 38
circulomaterno@hotmail.com
http://www.grupodeconsumodelcirculomaterno.blogspot.com

Cooperativa't (Costitx)
cooperativa't@hotmail.com

Ecoescuela Sa Llavor (Mancor de la Vall)
C/ Biniarroi, 28
semillaagroambiental@gmail.com

EcoPortocolom (Portocolom)
ecoportocolom@yahoo.com
juansimela@yahoo.com

Grup de Consum de Binissalem (Binissalem)
grupdeconsumbinissalem@gmail.com

Grup de Consum Puig de Sant Pere (Palma)
C/ de Sant Pere, 16B
puigdesantpere@gmail.com

Hort Comunitari Son Gotleu (Palma)
IES Josep Sureda i Blanes
namonica@austistici.org

Hort Cooperatiu de Felanitx (Felanitx)
pupufelanitxer@riseup.net
Oh Pep! (Palma)
C/ Joan Crespi, 49
grupconsumohpep@gmail.com

Realmart (Palma)
Plaça de la Porta de Santa Catalina
realmart.balearweb.net
realmart@inventati.org

Sa Figuera (Esporles)
Hort Son Trias, Esporles.
C/ Costa de Son Trias, s/n
http://safiguera.balearweb.net
safiguera@gmail.com

Tu a Tu (Capdepera)
Cas Padri
tuatu@tuatu.org



Miembros de Creant Xarxa participan en unas jornadas de formación agrícola en la finca Son Duri / MARIJO MORENO

derar tanto los cultivos como la ganadería. La eliminación de intermediarios alimenta, así, un círculo saludable y decisivo”.

Hay quienes se preguntan por el valor añadido de proyectos asociativos como el de las cooperativas, sobre todo teniendo en cuenta que los denominados productos bio se están insertando cada día más en el mercado tradicional (puesto que las grandes superficies no son ajenas a esta realidad y buscan su cuota de protagonismo). “La unión de la producción ecológica y el cooperativismo social supone grandes ventajas sobre el modelo actual de consumo: mayores garantías socio-sanitarias y sobre el trabajo de los productores. Pero nuestra propuesta va más allá, es un intento de desmontar las estructuras capitalistas que se convierten en eslabones que separan al consumidor del productor y que incorporan para sí altos márgenes de beneficio que dan como resultado precios finales excesivos”, según Xavier Moyà, fundador de una de las primeras cooperativas de consumo que nacieron en Mallorca, Agrohorit-

zonal, y promotor de Creant Xarxa. Esta iniciativa pretende aglutinar a los grupos de consumo para “dar forma a un movimiento que gire en torno al consumo organizado y aúne las diferentes alternativas que existen en Mallorca”, así como para resolver asuntos logísticos y gestionar pedidos de

Acordando precios estables, consumidores y payeses evitan las fluctuaciones del mercado global

cantidades mayores para que la distribución de la mercancía sea ventajosa también para el productor. Hay diversidad de modelos de funcionamiento: grupos que realizan pedidos a la carta y otros que reciben bolsas de productos de temporada a cambio de cuotas fijas;

grupos que se reparten las diversas tareas rotativamente y otros cuyos miembros se especializan; grupos que se organizan aisladamente y otros que se coordinan entre sí, incluso algunos de ellos integrando a las personas productoras, etcétera. Y no sólo manejan productos de huerta de temporada, sino también se proveen de pan, huevos, miel, vino, cosméticos, aceite y legumbres, entre otros productos.

En esencia, todas funcionan de manera muy similar: personas de un mismo barrio o ciudad forman grupos no muy numerosos, normalmente organizados en torno a un pequeño local urbano donde reciben los alimentos directamente de los productores. Los miembros se reparten las tareas de comprar y gestionar los pedidos, de mantener el local, la contabilidad y los contactos con otros grupos afines. “Somos un grupo de personas que nos sentimos responsables directos de la autogestión del proyecto –puntualiza Xavier Moyà–, que creemos en las estructuras horizontales basadas en el

consenso y el intercambio de ideas, estructuras capaces de estimular estrategias locales participativas y que, por otra parte, nos acercan a modelos que ya habían existido en nuestra isla anteriormente”. La máxima es que un producto no es ecológico si tiene que recorrer cientos de kilómetros hasta formar parte de su nevera. El equilibrio es frágil y en cada movimiento se asume que puede darse una cuota de contradicción. Para evitarlas, a la hora de elegir los proveedores priman, ante todo, la cercanía, y la coherencia entre la explotación ecológica y las condiciones laborales de los trabajadores. De acuerdo con Caterina Amengual, “buscamos un consumo lo más directo posible, sin cámaras frigoríficas, sin barcos (¿qué sería de

los grandes establecimientos sin los barcos?), sin intermediarios, sin conservantes ni colorantes (como los Eroz, que no sabemos muy bien lo que son ni lo que hacen)”. Esta propuesta quiere demostrar que cada ciudadano puede comenzar a “desvincularse del modelo de consumo habitual, insostenible e inaceptable”, en palabras de Alex Duran, miembro de la cooperativa Realiment. Así, la educación en el consumo se convierte cada día más en una aventura que invita a los equipos educativos, asociaciones, grupos de consumo y administraciones públicas a buscar preguntas significativas y a diseñar contextos que favorezcan que las personas construyan entre ellas sus propias respuestas.

LOS GRUPOS DE CONSUMO PROMUEVEN:

- la producción y el consumo de alimentos sanos, ecológicamente sostenibles y socialmente más justos
- la distribución equitativa del trabajo y los beneficios
- las producciones pequeñas, locales y artesanas que generan riqueza y tejido social local
- la participación en el funcionamiento y la toma de decisiones en la actividad y gestión diaria de los grupos de consumo
- las relaciones directas y próximas, de equidad y confianza entre productores y consumidores
- la participación en movimientos sociales y campañas de transformación económica, social y política
- los circuitos de producción y comercialización lo más cortos posibles
- la lucha por la agroecología y la soberanía alimentaria, entendida como el derecho de los pueblos a decidir qué comen y cómo lo producen
- la reducción de envases y residuos innecesarios
- la transparencia en todo el proceso comercial, con precios más justos y estables



Fuente: Xarxa de Consum Solidari (Barcelona)



R

Descuentos hasta el 50%

REBAJAS



C/Berenguer de Tornamira, 9 - Horario: 10:00h a 21:00h.

cuatro por cuatro

Los grupos de consumo organizado

La creciente preocupación social por una alimentación más saludable, sabrosa y sostenible está creando nuevas formas de relación comercial. Es el caso de las cooperativas de consumo organizado, vinculadas a la defensa del producto local, la agroecología y el asociacionismo vecinal. Aquí recogemos las opiniones de cuatro personas que viven el tema muy de cerca.



Ignasi Ignacio (Palma, 1978)
Chef de Plaer Natural y miembro de Agrohorizontal (Palma)



Biel Torrens (Ruberts, 1967)
Secretario general del sindicato agrario Unió de Pagesos



Alberto D. Fraile (Palma, 1976)
Periodista y editor de la revista Namaste



Tina Codina (Palma, 1972)
Usuaría del grupo de consumo AW Canamunt-Ciutat Antiga (Palma)

1 Es totalmente viable y además no nos queda otra si pensamos en términos de salud, calidad de vida y gasto energético. Yo creo que ya lo tenemos claro: no hay nada como el producto local, de temporada, con toda su energía, totalmente adaptado a la tierra, producido tal y como siempre se ha hecho. Si todos apostamos por los productos locales, esto puede ser la ruina de las farmacias.

2 Afecta negativamente, en el sentido de que estamos más enfermos que nunca. El consumo habitual de alimentos locales es lo que beneficia a tu cuerpo, y no ingerir productos que han viajado desde miles de kilómetros, llenos de conservantes y otros aditivos, y que además no son de temporada. La globalización alimentaria es uno de los factores causantes de la actual falta de salud.

3 Totalmente de espaldas, especialmente en las grandes ciudades, que es donde se concentra más población y donde a mí me gustaría ver, en lugar de tantos jardincitos, más pequeños huertos con tomates o lo que da la tierra en cada temporada. La sociedad, en general, ignora al sector primario, pero quienes más lo hacen son los gobiernos.

4 Bueno, yo soy partidario de toda iniciativa que potencie y valore el consumo de productos sanos. Si vamos a comprar directamente al payés, en lugar de al supermercado, eso incidirá positivamente en nuestro estado de salud. En cuanto a los precios, el abaratamiento puede venir también del movimiento social, de tal modo que un gran número de consumidores organizados garantice una serie de pedidos importantes a los payeses ecológicos.

1 Viable y obligatorio, si queremos que perviva la agricultura. Cada vez más, las grandes superficies y distribuidoras van concentrando poder y ganando terreno. Si no hacemos nada, desaparecerán tanto el comercio tradicional como las pequeñas explotaciones agrarias. Antes, la producción se orientaba más al mercado local, pero la tendencia se ha invertido en las últimas décadas.

2 La globalización implica un empobrecimiento de nuestra sociedad agraria, cuya renta ha bajado un 25% en cuatro años. La agricultura está dejando de ser económicamente viable. Para contrarrestar esta tendencia, es necesario potenciar las iniciativas de venta directa y los mercados de proximidad, lo que beneficiará tanto a los payeses como al conjunto de la sociedad.

3 El hecho turístico ha condicionado esta relación. Debido al tipo de turismo que llega a la isla, de bajo poder adquisitivo, el sector agrícola y ganadero no se ha beneficiado de una industria que no muestra ningún interés por la calidad de la alimentación. Los hoteleros prefieren dar cordero congelado de Nueva Zelanda por su bajo precio. El gran consumo turístico ha prescindido de la despensa local.

4 No todos los productos ecológicos son más caros. El pollo, sí, por ejemplo, ya que se vende con 90 días y no con 40, como el convencional. También hay que valorar que el producto ecológico carece de restos químicos y que su sabor no se puede pesar. Otra cosa es que la política europea está a las órdenes de las transnacionales y en contra de la agricultura local y sostenible. Aquí llega almendra de California a 1,5 euros el kilo, cuando para nosotros el coste de producción es de 3 euros.

1 ¿Considera viable volver a los sistemas productivos locales?

2 ¿Cómo influye en nuestra sociedad la globalización alimentaria?

3 ¿Cree que la sociedad vive de espaldas al mundo agrícola?

4 ¿Podría abaratar precios una apuesta oficial por la producción ecológica?

1 Sería lo ideal, pero también hay que reconocer que habrán de superarse algunas dificultades. El gran reto está en transformar las cadenas de distribución, ya que todo está diseñado para andar justamente en la dirección opuesta a los sistemas locales. Creo que tendría que haber más facilidades para propiciar la relación directa entre productor y consumidor, a través de mercados callejeros y otras iniciativas.

2 La globalización se traduce, en primer lugar, en una pérdida creciente de la biodiversidad alimentaria. La estandarización que impone la industria alimentaria juega en contra de las variedades locales y eso supone la desaparición de muchos sabores. Esta pérdida, además, implica otro tipo de empobrecimiento, a otros niveles: menos conexiones emocionales y menos sensaciones.

3 Sí, totalmente, cien por cien de espaldas. El trabajo en el campo se ve desde hace mucho tiempo desde una óptica despectiva y en sólo medio siglo se ha llegado a asfixiar al sector primario. De hecho, en la actualidad sólo el 1% del PIB depende de la agricultura. Es paradójico que el conjunto de la sociedad ignore al sector agrario cuando es el que nos da de comer.

4 Los impulsos públicos son necesarios, pero lo más importante es, aparte de apoyar a los productores, transformar la cadena de distribución, buscar nuevas vías para dar salida a los alimentos. El problema es que hay dos modelos que no sé hasta qué punto son compatibles: por un lado, el ecológico-artesanal, que apuesta por la venta directa; por otro, el industrial, que apuesta por la comercialización masiva. La cuestión es cómo integrar ahí a los pequeños productores.

1 Creo que, más que viable, es totalmente necesario y más aún en una isla. Consumimos alimentos que viajan miles de kilómetros cuando podemos consumir productos que se producen en nuestra tierra y benefician directamente a nuestra comunidad. Si hay un interés de la sociedad y se consumen productos locales, entre todos estamos haciendo viable el sistema productivo local.

2 La peor consecuencia de la globalización alimentaria es la pérdida progresiva de la memoria alimentaria local, que también forma parte de nuestro patrimonio cultural. Las *panades* son el *fast food* local y no nos acordamos nunca de ellas cuando no tenemos tiempo para cocinar: desgraciadamente, lo primero que se nos viene a la mente son las hamburguesas y los kebabs.

3 Completamente. Las grandes superficies contribuyen a que nos hagamos un esquema mental según el cual las verduras provienen directamente del estante del supermercado. No nos preguntamos ni cómo ni dónde ni quién las ha producido. Cuando conoces al productor y ves cómo trabaja en el huerto, las verduras tienen otro significado: no dejas que se te pasen en la nevera y las consumes con el respeto del que aprecia el trabajo de un artista, de un creador.

4 Posiblemente, aunque la fuerza, en este caso, la tenemos los consumidores. Tenemos la posibilidad de elegir qué productos consumimos y, en consecuencia, qué productos estamos apoyando. Cuando mayor sea la demanda organizada de productos ecológicos, más se incentivará su producción y menor será el precio. Por tanto, más que una apuesta oficial, yo diría que ha de ser una apuesta social.