

## **Detrás de cada alimento hay una historia, un camino recorrido, que no vemos...**

---

*Estamos tan acostumbrados en las grandes ciudades a recibir alimentos a partir de comprarlos en supermercados o en grandes o pequeñas tiendas o bodegas, que ya no cuestionamos la historia de cada uno de los productos que se nos ofrecen empacados.*

*Como lo muestra con cariño este cuaderno, elaborado por BIOS desde Argentina, hay por lo menos dos largos caminos que recorren los alimentos para llegar a nosotros. Entender esos caminos, esos procesos, nos hará entender qué implicó su producción, quiénes fueron responsables de producirlos, quiénes o cómo transportaron, almacenaron, empaquetaron y exhibieron los productos en cuestión y desde qué lejanía y de hace cuánto tiempo provienen los alimentos que estamos comiendo. Qué tan tóxicos o benéficos resultan a partir de todas estas pequeñas historias es parte de lo que este cuaderno intenta decirnos.*

*Una de esas grandes rutas para que lleguen los alimentos a nuestra casa es la supercarretera industrial, en apariencia muy organizada, que tiene una verdadera cadena que va del acaparamiento de tierras, los monocultivos particulares, el diseño de semillas de laboratorio, la producción de agroquímicos —o los hacinados criaderos industriales de animales, la producción de piensos y forrajes a gran escala—, para arribar a las largas rutas de transporte, las enormes bodegas de almacenamiento, la complejidad de las operaciones comerciales, de empaquetado y venta al público de supermercados, tiendas y restaurantes.*

*Otro es el sencillo camino de alimentos producidos o cultivados de modo independiente, con semillas nativas cuidadas desde siempre por manos amorosas, los animales de traspatio alimentados con buena comida o pastos naturales, que no viajan muchos kilómetros para llegar donde los comemos, o que de plano están ahí junto porque los produjimos nosotros mismos.*

*Sirva este cuaderno de primera mirada a este problema, que tenemos que entender en ciudades y campo por igual.*

II

*Con en el falaz argumento de que hay que aumentar la producción para así “combatir el hambre del mundo”, las empresas agroindustriales no hacen más que incrementar sus propios ingresos. Pero el problema del hambre no es cuestión de falta de alimentos: el problema del hambre es, y ha sido siempre, una cuestión de injusticia social, que se agrava aún más si unas pocas empresas detentan el control de algo tan elemental, como nuestra comida diaria.*

### Qué tenemos en cuenta cuando elegimos nuestros alimentos?

¿Los precios?, ¿lo práctico?, ¿las promociones?, ¿la salud de las personas a las que alimentamos...?

En algo tan cotidiano e imprescindible, como comprar alimentos, podemos elegir opciones que simplemente lleven comida a casa, o podemos, ir un poco más allá.

Gran parte de los alimentos a los que tenemos acceso actualmente en el mercado provienen de una producción, distribución y venta a gran escala, concentrada en manos de grandes empresas transnacionales, y con un fuerte impacto ambiental y social.

Con en el falaz argumento de que hay que aumentar la producción para así “combatir el hambre del mundo”, las empresas agroindustriales no hacen más que incrementar sus propios ingresos. Pero el problema del hambre no es cuestión de falta de alimentos: el problema del hambre es, y ha sido siempre, una cuestión de injusticia social, que se agrava aún más si unas pocas empresas detentan el control de algo tan elemental, como nuestra comida diaria.

Al escoger los alimentos que cada día llevamos a nuestro plato, los que no pasamos hambre estamos también construyendo la posibilidad de que otros platos se llenen, o sigan vacíos.

En estas páginas, nos proponemos desandar el camino de la lógica de los agonegocios y compararla con otras formas de producir alimentos, para promover la reflexión acerca de nuestras elecciones como consumidores, y de nuestra participación ciudadana. Sabemos que no es fácil revertir una costumbre tan cotidiana y automática como la compra diaria de alimentos; pero podemos de a poco in-



Cuadernos de Biodiversidades es un folleto coleccionable de *Biodiversidad sustento y culturas*, abril de 2011. *Detrás de cada alimento hay una historia, un camino recorrido, que no vemos...* es un cuaderno producido por BIOS [www.bios.org.ar/bios\\_argentina@yahoo.com](http://www.bios.org.ar/bios_argentina@yahoo.com) idea y textos: Mariela Kogan [marielakogan@gmail.com](mailto:marielakogan@gmail.com) Ilustraciones: Paula de la Cruz [paucruzada@gmail.com](mailto:paucruzada@gmail.com) BIOS agradece a GGF, la posibilidad de esta realización. Agradecemos la colaboración de la Fundación Siemenpuu y de la Fundación Heifer, y de CNCD 11.11.11. Agraim el suport de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament de la Generalitat de Catalunya

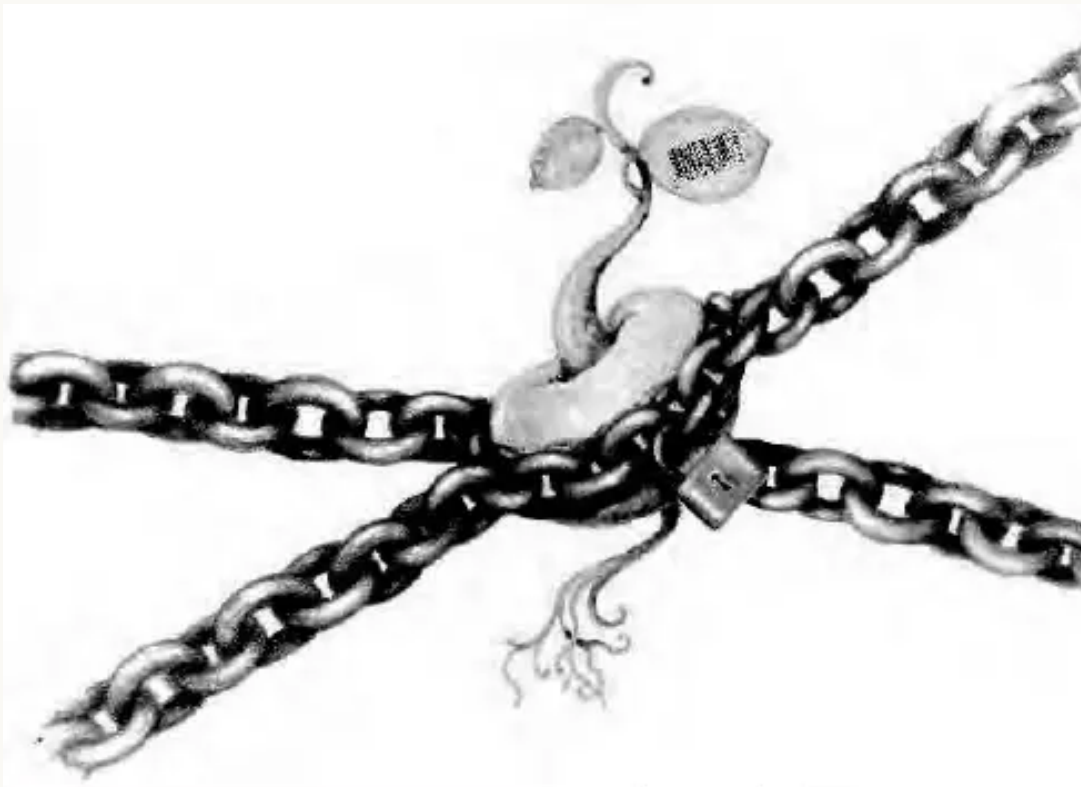
#### Organizaciones coeditoras

Acción Ecológica [notransgenicos@accionecologica.org](mailto:notransgenicos@accionecologica.org) / Acción por la Biodiversidad [agenciabiodla@gmail.com](mailto:agenciabiodla@gmail.com) / Campaña de la Semilla de la Vía Campesina – Anamuri [internacional@anamuri.cl](mailto:internacional@anamuri.cl) / Centro Ecológico [revbiodiversidade@centroecologico.org.br](mailto:revbiodiversidade@centroecologico.org.br) / GRAIN [carlos@grain.org](mailto:carlos@grain.org) / Grupo ETC [etcmexico@etcgroup.org](mailto:etcmexico@etcgroup.org) / Grupo Semillas [semillas@semillas.org.co](mailto:semillas@semillas.org.co) / Red de Coordinación en Biodiversidad [rbcostarica@gmail.com](mailto:rbcostarica@gmail.com) / REDES-AT Uruguay [biodiv@redes.org.uy](mailto:biodiv@redes.org.uy)

**Comité Editorial** Carlos Vicente, Argentina / Ma. Eugenia Jeria, Argentina / Maria José Guazzelli, Brasil / Germán Vélez, Colombia / Silvia Rodríguez Cervantes, Costa Rica / Camila Montecinos, Chile / Francisca Rodríguez, Chile / Elizabeth Bravo, Ecuador / Ma. Fernanda Vallejo, Ecuador / Silvia Ribeiro, México / Verónica Villa, México / Magda Lanuza, Nicaragua / Martin Drago, Uruguay / **Administración** Ingrid Kossmann [ingridbiodiversidad@gmail.com](mailto:ingridbiodiversidad@gmail.com)

**Edición** Ramón Vera Herrera [ramon@grain.org](mailto:ramon@grain.org) / **Diseño y formación** Daniel Passarge [danielpassarge@gmail.com](mailto:danielpassarge@gmail.com)

corporar pequeños cambios. Sabemos que no existen hoy alternativas suficientes para reemplazar la alimentación industrializada; pero otras formas de concebir la producción y distribución de alimentos están surgiendo y resurgiendo, y para que se fortalezcan y multipliquen, es necesario que seamos parte de esas experiencias.



#### **Alimentación hegemónica: los agronegocios**

*Semillas: la base del negocio.* De una semilla brotan las plantas que nos alimentan con sus frutos, hojas y raíces.

De una semilla crecen las plantas con las que se producen harinas, masa, azúcar, café, y todas las materias primas para la elaboración de otros alimentos.

De una semilla crecen las plantas que alimentan a los animales que nos alimentan.

De una semilla...

Todo comienza con una semilla.

Y quienes se dedican a los agronegocios lo saben.

Por eso, se están asegurando el control de la producción y venta de semillas.

Se ha ido perdiendo la práctica natural de la agricultura, de preservar semillas de la propia cosecha para la siguiente siembra.

Hoy en día, muchos agricultores del mundo ya no obtienen sus propias variedades de semillas, acordes a las características geográficas, climáticas, culturales de cada región, sino que inician sus cultivos con semillas producidas y comercializadas por empresas multinacionales.

Las empresas dedicadas a la producción y venta de semillas se multiplicaban por miles a principios de la década de 1980, y ninguna de ellas superaba el 1% de la demanda del mercado mundial. Pero ya hacia 1995, poco más de diez empresas semilleras habían pasado a controlar la tercera parte del mercado, y actualmente, diez multinacionales concentran ya casi la mitad del mercado global de semillas.

Al ser unas pocas empresas en el mundo las que concentran la producción y comercialización de semillas a gran escala, tienen en su poder, el control de los precios y las variedades del mercado.

*Semillas transgénicas.* La dominación corporativa se hace más profunda aún en el caso de las semillas transgénicas. Sólo seis empresas monopolizan la producción

*Las empresas dedicadas a la producción y venta de semillas se multiplicaban por miles a principios de la década de 1980, y ninguna de ellas superaba el 1% de la demanda del mercado mundial. Pero ya hacia 1995, poco más de diez empresas semilleras habían pasado a controlar la tercera parte del mercado, y actualmente, diez multinacionales concentran ya casi la mitad del mercado global de semillas.*

IV



*Las empresas ejercen día a día nuevas presiones para incrementar sus mercados; y con la complicidad de los gobiernos del mundo y de organismos internacionales, han ido moldeando una legislación a su antojo, que les permite, por un lado, el patentamiento de sus semillas (¡patentan la vida! ¡por modificar un gen patentan a las semillas como si las hubieran inventado!), y por otro, la enorme presencia de sus productos en un mercado prácticamente no regulado, que acepta por igual un cultivo transgénico que no transgénico.*

y venta mundial: Monsanto, Syngenta, DuPont, Dow, Bayer, Basf; todas transnacionales de la industria química.

Los cultivos transgénicos extendidos hoy día a gran escala en todo el mundo, son plantas originadas a partir de una semilla con una modificación genética, que les otorga una característica que por naturaleza no poseen. Y ¿cuál es esa característica?

En el caso de los transgénicos más diseminados en el mundo, lo que se ha hecho es volverlos resistentes a un herbicida químico, al herbicida que fabrican y venden las mencionadas empresas, que así, se aseguran el control de la producción y venta del “paquete” semilla-agrotóxico.

Las empresas ejercen día a día nuevas presiones para incrementar sus mercados; y con la complicidad de los gobiernos del mundo y de organismos internacionales, han ido moldeando una legislación a su antojo, que les permite, por un lado, el patentamiento de sus semillas (¡patentan la vida! ¡por modificar un gen patentan a las semillas como si las hubieran inventado!), y por otro, la enorme presencia de sus productos en un mercado prácticamente no regulado, que acepta por igual un cultivo transgénico que no transgénico.

Muchos estudios demuestran que los transgénicos son un riesgo para la salud y el ambiente; aunque las empresas, claro, lo desmienten. Riesgos sí, decimos unos, riesgos no, dicen otros.

Y cada quien puede decidir a quién creerle.

Ahora bien, si al menos por precaución usted prefiriese evitar los transgénicos en su alimentación y la de sus hijos, ¿sabría cómo hacerlo?

¡Prácticamente no tenemos forma de identificar los transgénicos en nuestra dieta!

Porque las empresas consiguen (al menos en países con legislación débil) que los transgénicos no lleven ningún tipo de etiquetado.

Hoy, por ejemplo, más del 99% de la soja y del 80% del maíz que se cultivan en Argentina, son transgénicos. Derivados de estas plantas, como harinas, almidón y lecitina, están presentes en una enorme cantidad de productos alimenticios, sin identificación alguna.

### Jugar con la naturaleza

Los ecosistemas naturales que se han perpetuado a lo largo de millones de años sobre la Tierra, se caracterizan por determinados procesos y patrones, tales como el reciclado de materia y energía, su tiempo estacional, y la coexistencia de biodiversidad. Ir en contra de esa esencia de la naturaleza para manejarla a nuestro antojo se puede lograr en el mediano plazo, a fuerza de agregados que les añadimos (como fertilizantes químicos, plaguicidas, hormonas de crecimiento), pero ir en contra de la naturaleza es insostenible en el tiempo.

Los principios de la agricultura contemporánea están cada vez más alejados de los procesos, tendencias y ritmos de los ecosistemas naturales, por eso, este modelo forzado y antinatural, manifiesta sus graves consecuencias con desequilibrios ecológicos como la desertificación, la pérdida de la biodiversidad, la contaminación, las enfermedades y el cambio climático.

Estamos jugando con la naturaleza de la cual dependemos.



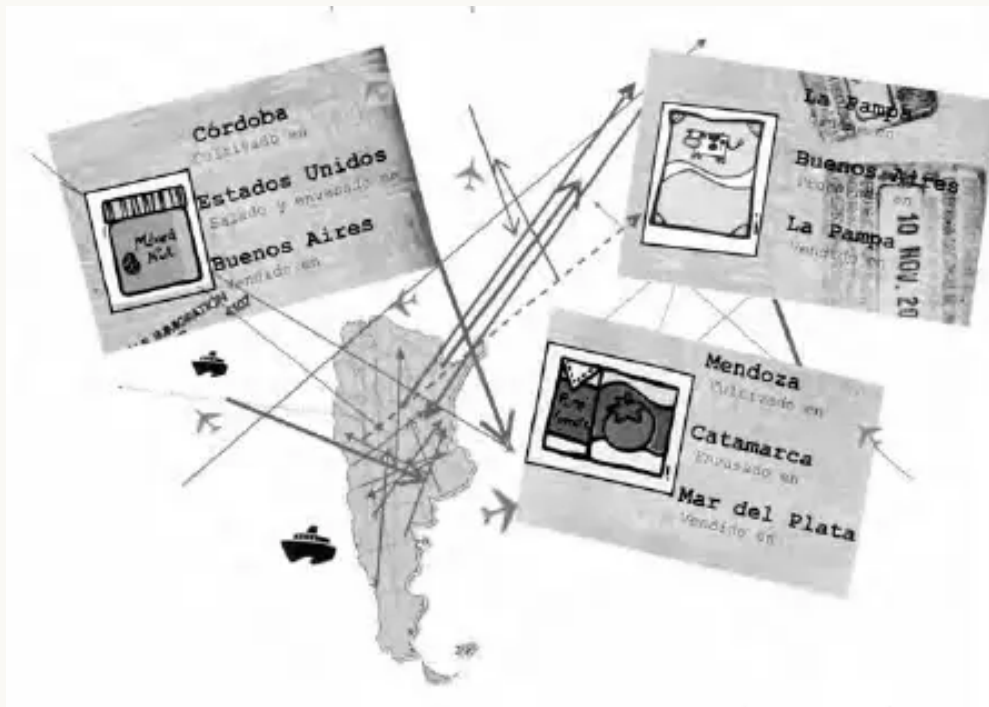
**Llegar lejos, vender cantidad**

Algunos alimentos recorren distancias insólitas antes de llegar a nuestra mesa.

En el afán de centralizar la producción pero globalizar y expandir las ventas, se incrementan las distancias de traslado tanto en la fase de elaboración como en la de distribución a los puntos de expendio.

Se calcula que en la actualidad, la mayor parte de los alimentos viaja entre 2 mil 500 kilómetros y 8 mil kilómetros antes de ser consumidos. Así, puede ser que un producto que se obtiene fresco en una región, viaje a otro sitio para ser procesado, y luego vuelva a su lugar de origen, para ser vendido. O puede ser que en donde existen alimentos de producción local, se importen las mismas mercancías desde lugares remotos.

Hoy en día, además de ser común conseguir productos alimenticios de cualquier parte del mundo, también lo es conseguir y comprar frutas y verduras fuera de su estación.



*Se calcula que en la actualidad, la mayor parte de los alimentos viaja entre 2 mil 500 y 8 mil kilómetros antes de ser consumidos. Así, puede ser que un producto que se obtiene fresco en una región, viaje a otro sitio para ser procesado, y luego vuelva a su lugar de origen, para ser vendido. O puede ser que en donde existen alimentos de producción local, se importen las mismas mercancías desde lugares remotos.*

Pero estas tendencias de mercado tienen un alto impacto en el ambiente: preservar alimentos congelados y/o hacerlos recorrer kilométricas distancias por tierra, agua y aire, implica un gran consumo de combustible, mayor contaminación y aumento en las emisiones de gases de efecto invernadero.

Otro alto impacto ambiental de los productos alimenticios se debe a las formas de presentación, que tienden a incluir cada vez más y más envoltorios, bandejas, separación en porciones individuales, etcétera, etcétera, y que además se ofrecen enlatados, congelados, deshidratados. Esto se realiza con un alto costo de energía de producción y un gran consumo de materiales (plásticos, cartones, telgopor, unicel, etcétera), que para colmo, agravan el problema de la producción de basura y algunos son sumamente tóxicos para el ambiente y las personas.

Y todo, desde ya, en detrimento de la calidad, frescura y sabor de los alimentos.

Pero nada de esto tendría sentido si vender alimentos no fuera realmente un gran negocio. Y como tal, debe ganarse sus clientes.

Por eso, la publicidad es una fase muy importante de la cadena de agronegocios.

Todos los días nos anuncian las bondades mágicas de un yogurt, los sabores exquisitos de un postre sin calorías, lo supuestamente práctico de una sopa deshidratada, y sin olvidar, por supuesto, las promociones.

Tapas y tapitas, cajas y cajitas, nos invitan a seguir participando en el millonario negocio que estas empresas hacen, a costa de nuestra alimentación.



**Otra forma posible: Agroecología, agricultura familiar  
y gestión solidaria de la economía**

*Semillas: la base de la vida.* La semilla es reservorio de vida de una futura planta. Pero es también, reservorio de historia y cultura.

De generación en generación, y desde tiempos ancestrales, diferentes comunidades en diferentes regiones del Planeta han mejorado y adaptado variedades de cultivos a distintas condiciones de suelos, climáticas y sanitarias, y a requerimientos culturales, productivos y socioeconómicos. La diversidad de cultivos existentes en la actualidad es resultado de la agricultura practicada durante miles de años, por pueblos indígenas y campesinos del mundo que han seleccionado, domesticado, conservado e intercambiado libremente, variedades de cereales, legumbres, frutas y plantas de fibras.

En las variedades de las semillas se atesoran características tales como sabor, color, duración del ciclo de vida, tiempo de cosecha, y resistencia a condiciones adversas como heladas y sequías.

En contraposición, las semillas de la agroindustria son homogéneas y globalizadas.

Amparadas en ventajas legales y económicas que obtienen de los gobiernos, las empresas expanden cada vez más sus mercados e imponen el uso de sus semillas protegidas y certificadas, logrando incluso en algunos países, que sea “ilegal” que los agricultores conserven y comercialicen las semillas propias.

Variedades de maíz, papa, tomate, trigo, arroz y de cientos de diversos cultivos agrícolas dejan de producirse año a año en todo el mundo. Y al no cultivarse, se pierden linajes de semillas, y junto con ellas desaparece también una herencia genética y cultural milenaria.

Ante esta realidad, comunidades campesinas, indígenas, y pequeños agricultores de todo el mundo, están librando la batalla de salvaguardar sus semillas, a través de campañas, ferias, redes y diversas experiencias de intercambio de semillas, en las que circulan también libremente, ideas, saberes y conocimientos.

El mantenimiento, intercambio y la libre reproducción de semillas lleva implícito un modo de comprender y relacionarse con la naturaleza y con el prójimo.

No podemos permitir que las semillas estén en manos de oligopolios transnacionales.

Las semillas no pueden tener dueño.

No pueden privatizarse.

Las semillas son fruto de la naturaleza.

Herencia y patrimonio de todos los pueblos del mundo.

*La semilla es reservorio de vida de una futura planta. Pero es también, reservorio de historia y cultura.*

VI

*De generación en generación, y desde tiempos ancestrales, diferentes comunidades en diferentes regiones del Planeta han mejorado y adaptado variedades de cultivos a distintas condiciones de suelos, climáticas y sanitarias, y a requerimientos culturales, productivos y socioeconómicos. La diversidad de cultivos existentes en la actualidad es resultado de la agricultura practicada durante miles de años, por pueblos indígenas y campesinos del mundo que han seleccionado, domesticado, conservado e intercambiado libremente, variedades de cereales, legumbres, frutas y plantas de fibras.*

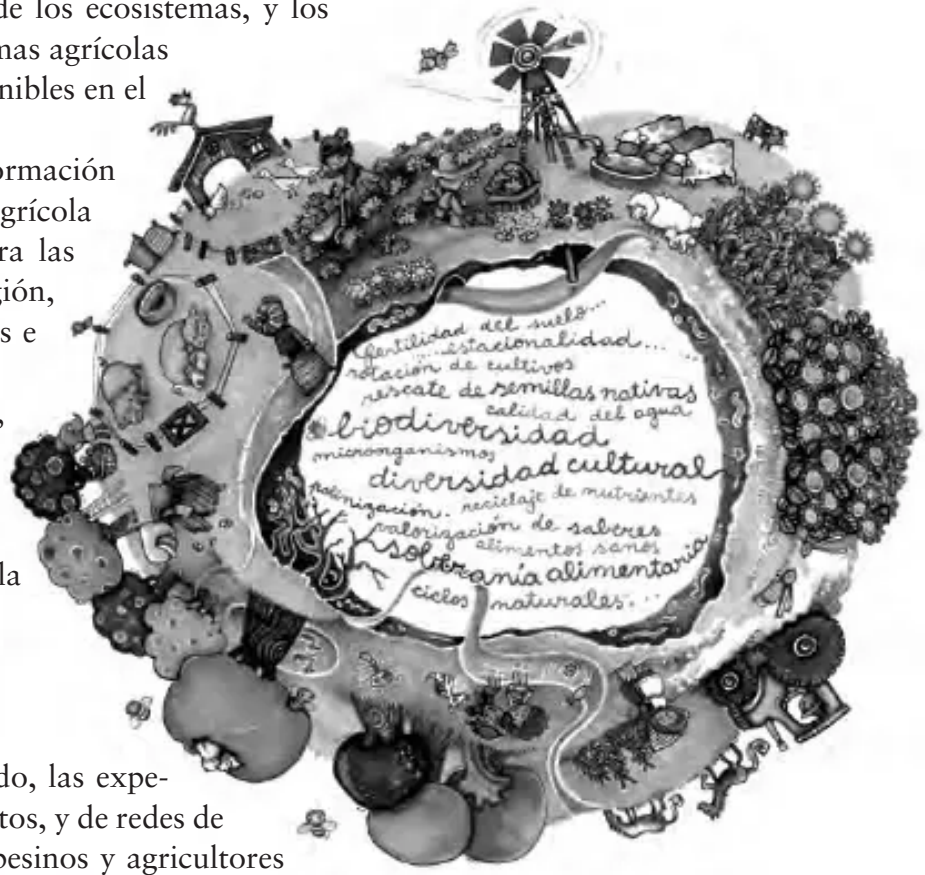


### Aprender de la naturaleza

Como contrapartida al enfoque agronómico basado en la promoción de paquetes uniformes de tecnologías, existen otras formas de agricultura posible, que buscan aprender de los procesos y patrones naturales de los ecosistemas, y los toman como modelos para el desarrollo de sistemas agrícolas que estén integrados con el entorno, y sean sostenibles en el tiempo.

La agroecología es una herramienta de transformación social, que a través de elementos de la ciencia agrícola moderna, desarrolla tecnologías apropiadas para las condiciones geográficas y climáticas de cada región, ponderando los saberes tradicionales campesinos e indígenas.

Los agricultores conviven con el ecosistema, del cual obtienen producción, pero preservan del mismo sus principios vitales, como la biodiversidad, el reciclaje de nutrientes, la proliferación de microfauna, la interacción entre especies y la calidad del aire, el agua y el suelo.



VII

### Llegar a la gente, vender calidad

Son cada vez más, en nuestro país y en el mundo, las experiencias de pequeñas ferias o mercados de alimentos, y de redes de consumidores autoorganizados, en las que campesinos y agricultores familiares urbanos y periurbanos ofrecen su producción sin intermediarios.

Las experiencias de ferias de agricultura familiar y campesina generan oportunidades de inserción para pequeños y medianos productores agropecuarios desplazados por el modelo dominante de producción y distribución.

En estas ferias, en estos mercados al aire libre se ofrecen alimentos saludables, y de producción y elaboración artesanal, y se suelen ofrecer también talleres y actividades participativas que invitan a la reflexión y al debate sobre la situación alimentaria. Por eso, son mucho más que un lugar donde vender y comprar productos: son espacios de encuentro, organización y transformación. Productores y consumidores se ven los rostros, conversan. Quien se provee, conoce el origen y la historia de la comida que llevará a su mesa.

Pero los mercados-ferias abastecen sólo una parte de los productos necesarios para nuestra dieta, y es evidente que no son, por sí solos, una solución a los agonegocios ni a la condición de desigualdad y exclusión de campesinos y pequeños productores. El problema es estructural y no puede revertirse sin decisión de conciencia ciudadana y de gobierno. Sin embargo, el acercamiento y el apoyo a estos espacios es fundamental para que puedan crecer, reproducirse y fortalecerse.

Participando en ellas, el cotidiano acto de comprar alimentos se resignifica, y se convierte en una gustosa manera de expresarse en contra del modelo de agonegocios.

*No todo entra por los ojos.* Nos hemos ido acostumbrando a la apariencia de frutas y verduras con formas y colores exuberantes y parejos; pero esa apariencia artificial suele ser inversamente proporcional a las propiedades nutritivas del alimento. Además, los cultivos industriales son demandantes de altas concentraciones de agrotóxicos, y por falta de controles suficientes, restos de esos tóxicos suelen llegar a nuestro plato. Eso no hay que olvidarlo, ya que no tenemos manera de verlo. Son venenos invisibles que se meten silenciosamente en nuestro cuerpo!

*Como contrapartida al enfoque agronómico basado en la promoción de paquetes uniformes de tecnologías, existen otras formas de agricultura posible, que buscan aprender de los procesos y patrones naturales de los ecosistemas, y los toman como modelos para el desarrollo de sistemas agrícolas que estén integrados con el entorno, y sean sostenibles en el tiempo.*

A veces, un bichito en nuestra verdura, es preferible, a la presencia invisible de plaguicidas.

Otras cuestiones importantes a la hora de ser consumidores concientes, son elegir frutas y verduras de estación, y tratar de comprar alimentos sueltos y a granel, con el menor envoltorio posible.

#### **¿Pérdida o construcción de la soberanía alimentaria?**

Los gobiernos del mundo prácticamente han perdido la posibilidad de decidir, en sus propios países, sobre qué alimentos producir, y de qué manera.

No se garantiza lo que necesita la población para una alimentación sana y suficiente, sino lo que asegura las ganancias de quienes invierten en los agronegocios.

Las fuerzas del mercado internacional dictan qué y para quién se produce en cada región. Todo el circuito de producción, distribución y venta de alimentos está concentrado en unas pocas empresas multinacionales.

Un país que no es capaz de alimentar a su propia gente, un país que depende del mercado mundial para el acceso a la comida, se vuelve profundamente vulnerable.

VIII

*Las fuerzas del mercado internacional dictan qué y para quién se produce en cada región. Todo el circuito de producción, distribución y venta de alimentos está concentrado en unas pocas empresas multinacionales.*

*Un país que no es capaz de alimentar a su propia gente, un país que depende del mercado mundial para el acceso a la comida, se vuelve profundamente vulnerable.*

#### **¿Cuál es el límite?**

El Estado debe:

- \* Proteger la producción agrícola de pequeña escala para abastecer las necesidades alimenticias de los mercados locales.
- \* Garantizar el derecho de los pueblos rurales a tener acceso a la tierra, el agua y las semillas, y a poder producir para sus propios mercados locales y nacionales, sin ser excluidos por la importación de mercaderías provenientes de las empresas transnacionales.
- \* Garantizar el derecho de los consumidores a alimentos sanos, accesibles, y producidos localmente según la tradición y la cultura gastronómica de su país.

La soberanía alimentaria es el derecho de todos los pueblos a definir sus propias políticas de producción, distribución y consumo de alimentos, garantizando alimentos para toda la población y respetando en su cultura y su diversidad a los sistemas de producción de campesinos, pescadores e indígenas.

La soberanía alimentaria la construimos entre todos, con un consumo conciente participación social apoyo a las comunidades rurales y campesinas educación solidaridad, respeto, amor y alegría.

**Detrás de cada alimento hay una historia, un camino recorrido...**

**¿Cuál eligen ustedes?**