



DEL HUERTO A TU MESA

¿Y si cultivaras tus propios tomates?
¿Y si negociarás directamente con los
productores el precio de todo aquello que
hay en tu nevera? Bienvenido al mundo de
la agroecología y las nuevas alternativas de
consumo.

Del huerto a tu mesa

Aida Cima, GETAFE

Hoy es lunes y toca reunión, ya han pasado quince días desde la última. Antonio tiene que recoger el dinero para el pedido de este jueves y entre los puntos del día se encuentra el tema de los lácteos: qué hacer ahora que ha fallado el proveedor principal. Hay que debatirlo en asamblea, como todo en este colectivo. Es la dinámica que sigue *Consumoggusto* desde 2012 en Getafe. Se trata de un grupo de consumo en el que varios vecinos se organizan para comprar alimentos directamente a los productores, sin intermediarios. Esta posibilidad, o la opción de cultivar personalmente lechugas en un huerto urbano, son solo algunos ejemplos de las nuevas alternativas de consumo responsable que han proliferado en los últimos años en nuestro país.

Uno decide embarcarse en la aventura de los grupos y cooperativas de consumo cuando empieza a plantearse qué está comiendo y cuál es su origen. Para Antonio Casares, tesorero de *Consumoggusto*, un grupo de consumo es «un conjunto de personas que se agrupan con el objetivo de poner en marcha un sistema de consumo alternativo al imperante hoy en día, es decir, un consumo respetuoso con el medioambiente, ecológico, sostenible, que fomente relaciones directas entre productores y consumidores, elimine intermediarios, impulse el desarrollo rural y consolide circuitos cortos de comercialización».

El consumidor se empodera y



Mercado de productos ecológicos | Vía European Commission

puede decidir qué llevarse a la boca en base a los criterios que él mismo decida fijar y valorar. Este es el concepto de soberanía alimentaria, que Esther Vivas, periodista e investigadora en movimientos sociales y políticas agroalimentarias, define en su artículo “Grupos de consumo: retomar el control sobre la alimentación”: devolver la capacidad de decidir sobre la producción, la distribución y el consumo de alimentos a los principales actores que participan en dicho proceso, es decir, al campesinado y a los consumidores. Todo un reto si tenemos en cuenta que el 70% de la comercialización mundial de alimentos está en manos de apenas diez empresas

que son las que deciden qué se produce, cómo y a qué precio.

Antonio insiste y argumenta que el consumidor no es soberano en su elección, que el truco está en hacerle creer que es libre de elegir lo que quiera, siempre que quiera lo que se le ofrece. Todo para el consumidor, pero sin el consumidor. «Nosotros hablamos de una nueva forma de participación en la que los consumidores pasemos de aceptar las decisiones de las marcas a ser protagonistas como compradores con información veraz y accesible, para que con nuestros actos favorezcamos lo que creemos justo».

Según apunta Vivas, los

primeros grupos de consumo surgieron en España en los años 90, fundamentalmente en Andalucía, Cataluña, País Vasco y la Comunidad Valenciana. A partir del 2000, estas iniciativas experimentaron un fuerte crecimiento, proliferando donde ya existían y floreciendo donde no tenían presencia. Hoy en día, los grupos de consumo son una opción consolidada que se ha multiplicado de manera significativa, en un proceso difícil de cuantificar.

El instituto de educación secundaria *La Senda* de Getafe es el punto de encuentro de *Consumoggusto*. «Este es nuestro local, es cedido. Lo hemos reformado y tenemos gente que se ocupa de cuidarlo. Al ser un grupo autogestionado, cada uno de nosotros se encarga de una tarea. También somos un grupo de autoconsumo: se hacen rosquillas, jabones, detergente... Antes hacíamos cerveza en otro local en el que estuvimos, pero aquí por el colegio, ya no se puede. Es la casa del conserje, donde hacemos también los repartos», explica Antonio mientras Luis

y Esther colocan las sillas en la salita donde tendrá lugar la reunión. Cada estancia de la casa se ha convertido en un pequeño almacén.

La primera habitación a la derecha está llena de hueveras, periódicos, cajas de cartón y botellas: «Reciclamos las hueveras, las botellas de cristal... Porque los huevos los traen a granel y tenemos que envasarlos nosotros», apunta Luis Fernández, uno de los integrantes del grupo, y señalando una caja con calabazas, añade: «Aquí también tenemos cosas que no son perecederas, porque a veces tenemos que pedir de más para llegar al mínimo».

En la habitación morada tienen la nevera y un ordenador: «Esta es la nevera para la carne, que la encendemos el día del reparto por la mañana o el día de la reunión, depende». La sala en la que se reúnen, está presidida por una estantería con botes de miel, bolsitas de té y café de Nicaragua.

Consumoggusto nació a partir del 15M. Luis explica que «cuando se organizó el 15M en Getafe, al

principio, como en todos lados, había mucha gente, pero poco a poco, fue aflojando. Se quedó en unas treinta personas y de ellas, fueron doce los que decidieron montar el grupo de consumo. Creyeron que era necesario, que iba con su forma de entender el consumo y decidieron hacerlo». Esto fue en el 2012, en septiembre se formó el grupo y en noviembre comenzaron los pedidos. Tres años después, el proyecto continúa.

«No hemos querido crecer», reconoce Luis. Cuando empezaron, existían las figuras de padrino y apadrinado. Los padrinos eran los que participaban en el grupo activamente y los apadrinados, aquellos que sin participar podían pedir a través de los padrinos. «También era una herramienta para entrar, yo entré así», recuerda Luis, «ahora mismo, mantenemos la figura de apadrinados pero intentamos que no crezca más. Somos unas quince personas y con apadrinados seremos unas treinta o cuarenta». Esther Escudero, una de las fundadoras del grupo, admite que llegaron a verse desbordados en alguna ocasión: «Lo de los



Zanahorias de producción ecológica | Vía European Commission

apadrinados surgió como una necesidad. Por ejemplo, con las naranjas, necesitábamos llegar a un mínimo. Si se lo dices a tu vecina o a tu amiga, abaratas los productos. Pero todo eso supone un trabajo bestial, además de que así se iba desvirtuando lo que es el grupo de autogestión».

Consideran que crecer iría en contra de sus principios, porque su objetivo no es solo facilitar el consumo justo a las personas, van más allá, quieren hacerlas partícipes y concienciarlas. Crecer implicaría convertirse en una tienda, «incluso se habló de generar puestos de trabajo», reconoce Luis, pero no es eso lo que quieren. Ampliar el grupo, llegar a más gente o no, es una de las cuestiones que más ampollas levanta entre los integrantes de *Consumoggusto*, todos los lunes cada quince días, en la reunión asamblea.

La organización y coordinación juegan un papel fundamental

en el buen rodar de un grupo de consumo. En *Consumoggusto*, cada uno de los principales integrantes se encarga de uno o varios productores. Los domingos, uno de los miembros crea un documento compartido para centralizar los pedidos. Después, «otro de nuestros compañeros se lo envía a los padrinos y a los apadrinados. Desde ese domingo a las doce, tenemos el tiempo para anotar el pedido y a partir del miércoles, se envía a los productores. El fin de semana, Antonio nos dice cuánto tenemos que pagar y el lunes, aparte de venir a reunirnos, aprovechamos para hacer los pagos de los pedidos que nos van a traer ese jueves, porque hay productores que quieren cobrar en mano», explica Luis. Un mecanismo de reloj. Cada uno juega un rol dentro del engranaje que hace que todo salga adelante. «Es un caos organizado», bromea Antonio.

El día más temido es el jueves. Durante la mañana, unas dos

o tres personas se encargan de recibir los productos, comprobar que el pedido es correcto en cantidad y estado, y repartirlo en las cajas con los nombres de cada miembro. Por la tarde, a las ocho, se recogen los pedidos.

El pago en mano se convierte en un símbolo más de este tipo de alternativas, que valoran el restablecimiento de las relaciones y los vínculos personales. A fin de cuentas, se trata de un modelo basado en la confianza. Tienen reglas, dice Luis, primero que sea lo más cercano posible, después, que sea ecológico y, por último, que mantenga una relación cercana. Además, ese contacto directo, abre nuevos canales de comercio. Según Antonio: «es algo que también valoramos, el pago en mano, porque hay ocasiones en las que algunos productores también se llevan productos nuestros. Nos traen su verdura y se llevan leche o carne. *Surcando*, una tienda que forma parte del grupo, nos trae fruta y verdura y se lleva pan, leche, harina... Tenemos de todo un poco, no solo se trata del consumo, también de la producción, hay gente que tiene un huerto, por ejemplo». Es el caso de José que se ocupa de un huerto urbano en Getafe desde hace cuatro años. Llega un poco tarde a la reunión, pero trae un encargo muy dulce: mermelada casera que ha hecho su mujer. Autogestión y autoconsumo.

De huertos urbanos sabe mucho Jon Sanz, profesor de Química de la Universidad Complutense de Madrid y responsable de la iniciativa «Huertaula comunitaria de agroecología *Cantarranas* UCM: cuatro años sembrando, germinando, creciendo y



Voluntario en la huerta *Cantarranas* | Vía Flickr *Cantarranas*

madurando», un proyecto de innovación y mejora de la calidad docente. Hace seis años que cuatro profesores de la universidad, involucrados en cuestiones de agroecología, decidieron poner en marcha la idea. «Una de las profesoras conocía este espacio que estaba bastante abandonado. Solicitamos un proyecto de innovación docente para conseguir el dinero y poder empezar. Todo estaba destrozado. Hicimos las primeras asambleas y lo difundimos entre los diferentes huertos». El espacio al que se refiere Jon está al lado de un campo de rugby, detrás de la Facultad de Ciencias de la Información. Un letrero que reza «Vivero UCM», da la bienvenida a todo aquel que decida acercarse al huerto Cantarranas. Son unas veinte personas, «hay gente que viene casi a diario y otros que vienen cada dos semanas. Nos cuesta mucho que los alumnos vengan, la gran mayoría son vecinos de Madrid», explica Jon.

Todo lo que producen es para ellos, dice que no obtienen grandes producciones porque tampoco se trata de eso: «El objetivo de esto es aprender. Además, plantamos cosas un poco estrambóticas», comenta entre risas.

Se trata de un proyecto abierto. Forman parte de la Red de Huertos de Madrid, que suma unos 45 huertos urbanos comunitarios de la Comunidad, y colaboran con otras universidades y con el INIA (Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria). «En el INIA se ocupan de la reproducción y recuperación de semillas autóctonas, nos las dan y nosotros las plantamos aquí», explica Jon y



Productos ecológicos | Vía European Commission

añade que también visita el huerto gente de proyectos de integración y de diferentes instituciones, con discapacidad mental o motriz, o problemas psicológicos de cualquier tipo: «Queremos que sea un espacio para trabajar y para ayudarles a salir de esos guetos en los que viven».

Conocer todo el ciclo de los alimentos que nos encontramos en nuestra nevera cada día, saber que los tomates y los pimientos se dan en verano y que en invierno crecen las coles y los puerros, también se formula como una manera de recuperar la relación del hombre con la tierra. Eso considera Jon: «Aprendes de dónde viene todo, lo que cuesta que crezca una lechuga que luego vale 0,33 euros en el supermercado. Ese dinero no representa el mes o dos meses que

ha estado creciendo en la tierra. Es una forma de redescubrir lo que es el campo». Por esta razón, desde la universidad, intentan organizar talleres de formación y son varias las escuelas que ya se han acercado a conocer el proyecto de *Cantarranas*.

Jon enseña con orgullo el invernadero, «pocos huertos de Madrid tienen tanto espacio como este. Con el sistema de riego automático que hemos instalado, esto produce solo». Es su punto fuerte y han decidido compartirlo. Por eso, se coordinan con la Red de Huertos para facilitar un espacio donde cultivar las semillas: «Así no tienes que comprar la planta. No solo pensamos en obtener frutos, sino también semillas para el próximo año. Nos ayuda a conocer todo el ciclo biológico».

El profesor define la agroecología como una manera de ser respetuosos con los alimentos y con la tierra que nos los da, saber que la tierra también habla y nos dice cosas. «Se trata de tener una relación no de dominación, sino de aprendizaje. El fin último de la agroecología es intentar consumir diferente. La mayor parte de los productos está en manos de pocas empresas. Esto implica que primero, los alimentos estén muy tratados y segundo, que a los que producen esos alimentos se les exprima bastante. Apostar por

Más allá de ser formas de producción respetuosas con el medioambiente que nos proporcionen productos de mejor calidad y más naturales, estas opciones de consumo responsable también persiguen la vertiente social. Precisamente hacer hincapié en los criterios sociales, económicos y laborales, es el fin con el que nace la Certificación Participativa para la producción agroecológica, un trabajo integrado en el Mercado Social de Madrid que pretende ser una alternativa al sello oficial.

en Madrid para certificar a los productores ecológicos pero a cargo de los consumidores y de los propios productores. No es como el sello oficial que es por parte de terceros, una consultora externa a la que tú pagas y que facilita el sello si cumples los requisitos. Lo que queremos es que sea una certificación de confianza, de cercanía, que seamos nosotros mismos quienes lo certifiquemos». Además, destaca que se trata de una opción alternativa y no excluyente que permite a los productores con el sello oficial



Campana de la Comisión Europea. Desarrollo Agrícola y Rural | Vía European Commission

consumir productos de manera diferente, producidos de manera más respetuosa, sin pesticidas, sin agentes que mejoran la producción en cantidad pero no en calidad, son algunos de los objetivos. Todos sabemos que los tomates que cogemos del huerto no saben igual que los que compramos en un supermercado. Por otro lado, también supone restablecer canales de comercio más cortos, más justos con el productor y donde todos nos quedemos más contentos».

La certificación ecológica de la Unión Europea se rige sobre criterios técnicos para otorgar las menciones de ecológico o biológico como garantía de un método de producción basado en la consideración de los sistemas y ciclos naturales, manteniendo la biodiversidad y respeto al bienestar animal.

Eva Ortega, licenciada en Ciencias Ambientales, es una de las responsables del proyecto: «Es una herramienta que estamos creando

obtener una certificación más amplia. Desde hace un par de años, se reúnen mensualmente para sacar a flote la iniciativa. Ya han realizado el protocolo de cómo debe llevarse a cabo el proceso de certificación y los cuestionarios concretos para el caso de la agricultura, la ganadería y los cosméticos.

Cada vez es más frecuente que los supermercados y superficies comerciales saquen a la venta su propia línea de productos



Sello de certificación ecológica europea |

Vía European Commission

ecológicos. ¿Qué diferencia existe entonces entre esos huevos que compramos en unos grandes almacenes y los que podemos adquirir si formamos parte de un grupo de consumo? Teniendo en cuenta que el sector ecológico es uno de los pocos que se ha mantenido e incluso ha incrementado sus ventas, Eva considera que se trata de un nuevo nicho de mercado: «En una gran superficie te pueden vender un producto ecológico que viene de Venezuela o de

África, eso no tiene para nosotros ninguna lógica, uno de nuestros criterios para que sea ecológico es que sea local». Por otra parte, lo que podemos observar en estos supermercados es que los productos ecológicos son más caros. «El producto eco es más caro pero ¿es sostenible vender un kilo de patatas a 30 céntimos? ¿cuál es el precio real de la comida? Es lo que tenemos que plantearnos», apunta Eva.

España es una de las principales figuras dentro de la producción ecológica a nivel europeo pero no existe un consumo interno. Esta es la razón por la que los precios de productos ecológicos sean más elevados: no hay mercado suficiente. «Si existiera ese mercado interno consolidado, sería más fácil para un productor producir una determinada cantidad, envasarla y transportarla. Pero es un ciclo: la gente no compra porque es más caro, y el precio no puede bajar

porque la gente no compra».

También es importante señalar que ese precio es diferente si hablamos de una gran superficie o si se trata de un grupo de consumo o una tienda de productos ecológicos. Eva destaca que esas diferencias son abismales y distintas si hablamos de carnes o de verduras, por ejemplo, «la carne de pollo puede ser un 50% más cara si es ecológica, pero la de ternera puede subir el 100%». El primer paso hacia una normalización de estos precios es la concienciación de la sociedad.

Las fórmulas de consumo alternativo son muy variadas y van en aumento pero, ¿hacia dónde estamos caminando? Pensar que dejaremos de comprar en los supermercados puede sonar demasiado catastrófico, pero otras opciones son posibles.



Comida orgánica para peces | Vía European Commission