

Consumo alimentario sostenible para la agricultura del siglo XXI

José Ramón Mauleón
Marta G. Rivera*

Palabras clave: agricultura familiar, alimentación sostenible, consumo responsable, política agroalimentaria.

En el sector agroganadero se detectan unas tendencias negativas en las últimas décadas tales como la fuerte pérdida de mano de obra, la desaparición de muchas explotaciones familiares, la pérdida del poder adquisitivo, la creciente importancia de las subvenciones, o la contaminación de los recursos naturales. En este artículo se propone hacer frente a estos problemas mediante una doble estrategia: el consumo responsable que podemos realizar a nivel individual como consumidores, y la colaboración de la sociedad civil con las instituciones para diseñar y aplicar políticas agroalimentarias sostenibles. Pero primeramente se define el objetivo al que habría que orientar las prácticas individuales y la intervención pública: la alimentación sostenible.

* José Ramón Mauleón pertenece al Departamento de Sociología 2, Universidad del País Vasco. j.mauleon@ehu.es; y Marta G. Rivera pertenece al Departamento de Ciencia Animal y de la Alimentación, Universidad Autónoma de Barcelona. MartaGuadalupe.Rivera@uab.cat

OBJETIVO: UNA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

Si pensamos en una agricultura sostenible para el siglo XXI, entonces debemos pensar en un consumo de alimentos sostenible. La Sociología de la Alimentación nos enseña cómo la cadena agroalimentaria es un «todo» compuesto por diferentes elementos que se interrelacionan a modo de red y que no están aislados unos de otros (Díaz Méndez, 2005). Por tanto, no sería posible alcanzar una agricultura sostenible (la cual se refiere a los modelos productivos y al contexto socioeconómico y ambiental en el que éstos se desarrollan) si no lo son el resto de los elementos que conforman la cadena agroalimentaria, fundamentalmente la distribución y el consumo. En términos generales, producción, distribución y consumo se complementan, y salvo excepciones, conociendo cómo se produce un alimento (fundamentalmente si procede de una explotación industrial o una explotación familiar más o menos tradicional), podemos extrapolar dónde se distribuirá; y al contrario, conociendo dónde un consumidor ha comprado un alimento, con frecuencia podremos saber cómo se ha producido dicho alimento, y muy probablemente, conoceremos si ese consumidor tiene o no una alimentación sostenible.

¿Cómo podríamos definir desde el punto de vista del consumo una *alimentación sostenible*? Generalmente se acepta que el término sostenibilidad, a pesar de su ambigüedad, tiene tres elementos fundamentales: social, ecológica y económica. Es decir, desde el punto de vista del consumo una alimentación sostenible debería ser toda aquella que fuera:

- *Económicamente viable*, que favoreciera el acceso a la alimentación y, por tanto, en la que el consumidor pagara un precio asequible por el alimento, a la vez que un precio justo para el productor.

- *Socialmente viable*; es decir, debe permitir la reproducción social del consumo de alimentos. En este apartado podemos encontrar diferentes niveles. Por un lado, una alimentación sostenible debe ser saludable, tanto desde el punto de vista del contenido en tóxicos de los alimentos (agroquímicos), como desde la calidad nutricional y cambio en los hábitos alimentarios, de manera que no fomente enfermedades ligadas al consumo de alimentos, como la obesidad, o enfermedades ligadas al exceso de consumo de carne, punto este también relacionado con la viabilidad ecológica del consumo alimentario. Por otro lado, debe a su vez mantener las tradiciones culinarias de los diferentes territorios (transmisión oral y escrita de un conocimiento informal), lo cual además viene ligado al consumo de alimentos frescos y de temporada y, por tanto, también se relaciona con el pilar ecológico de la alimentación sostenible.
- *Ecológicamente viable*; nuestro consumo de alimentos no debe favorecer la destrucción del medio ambiente, debe por tanto ser energéticamente eficiente y, además de ligada a modelos productivos sostenibles (agroecológicos, campesinos), debe evitar el consumo de productos industriales transformados, de productos empaquetados o de productos procedentes de territorios lejanos, aunque allí se hubieran producido de manera ecológica.

Pero además, en el caso de la alimentación, para que fuera sostenible, a todos estos elementos habría que introducir un criterio extra, y es que las políticas desarrolladas para favorecer dicho modelo de consumo alimentario deberían partir de la premisa de que la alimentación está reconocida como un *derecho humano* y, por tanto, el cumplimiento del mismo debería estar por encima de los criterios mercantiles. Se define el derecho a la alimentación (DAA) como «el derecho a tener acceso, individual o colectivamente, de manera regular y permanente, a una alimentación cuantitativa y cualitativamente adecuada y suficiente, y a los medios necesarios para producirla, de forma que se corresponda con las tradiciones culturales de cada población y que garantice una vida física y psíquica satisfactoria y digna» (NNUU, 2002). Esta definición tiene un componente que abarca la parte de

producción de alimentos y otro que comprende la parte de consumo de alimentos. En este último incluiríamos el acceso a los alimentos, la correspondencia de los alimentos con la tradición cultural de la población, y la garantía de una vida digna. Estos componentes quedarían también recogidos, como hemos visto, en los elementos previos que hemos desarrollado para una alimentación sostenible (social, ecológica y económica), por lo que es evidente que el derecho humano a la alimentación, directa o indirectamente, queda incluido en la definición de alimentación sostenible. A su vez, el DAA introduce el concepto de sostenibilidad, el cual implica el acceso a los alimentos por parte de las generaciones presentes y futuras entrañando el concepto de disponibilidad y accesibilidad a largo plazo. Este criterio, por tanto, se cumpliría también en la definición de Alimentación sostenible.

La propuesta de introducir la perspectiva de derechos en la cadena alimentaria ya ha sido elaborada por los movimientos sociales y campesinos desde la perspectiva de la producción agropecuaria y pesquera, quedando recogida en el concepto de Soberanía Alimentaria (Vía Campesina, 1996; IPC, 2002), donde defienden determinadas premisas para alcanzar el DAA. De acuerdo con la perspectiva sociológica de cadena agroalimentaria, es claro que también la definición de Soberanía Alimentaria implicaría un consumo de alimentos sostenible (no sería viable producir alimentos de manera sostenible, si éstos no se consumen, al otro lado de la cadena, también de manera sostenible). Desde otros ámbitos, como el de la salud, también se defiende una perspectiva de derechos humanos para poder garantizar dicho derecho a toda la población (Labonté y Schrecker, 2007) por encima de los criterios mercantiles que hoy predominan en nuestra sociedad de consumo. Por tanto, en nuestra opinión, una definición de alimentación sostenible debería introducir, además de los tres elementos clásicos del concepto de sostenibilidad, una perspectiva de derechos humanos que hiciera al Estado partícipe de garantizar dicho derecho a la sociedad frente a los intereses de otros actores, en este caso el de las empresas de la industria de la producción y distribución de alimentos. Desde esta perspectiva, un acto como es el de consumir alimentos, y que por tanto, al ir ligado al concepto de consumo percibiríamos como un acto

personal, sometido a la elección individual sobre una opción u otra, en nuestra definición de alimentación sostenible con perspectiva de derechos humanos tendría un segundo nivel político y colectivo que implicaría la participación del Estado en el desarrollo de políticas públicas que garantizaran dicho derecho para toda la población.

Si analizamos las premisas que hemos señalado conformarían la alimentación sostenible, es fácil demostrar que nuestra alimentación actual dista de ser eso, sostenible. Por ejemplo, tal y como la hemos definido anteriormente, en la actualidad la premisa de económicamente viable no se cumple. Por ejemplo, nos encontramos con diferenciales de precios entre origen y destino que superan el 1.000%, lo que implica que los productores y productoras no están recibiendo un precio digno por los alimentos, en muchos casos por debajo de coste, a la par que los consumidores y consumidoras está pagando un precio excesivo por dichos alimentos.

NIVEL INDIVIDUAL: EL CONSUMO RESPONSABLE

El consumo responsable es aquel que tiene en cuenta los valores, las condiciones laborales y ecológicas en que se ha elaborado un producto o servicio, así como el impacto social y medio ambiental de su comercialización y consumo. Supone ser consciente de nuestros hábitos y tener una actitud reflexiva ante el mundo en que vivimos. Mediante este consumo se integran nuestras valoraciones en el acto de consumo de manera que lo que compramos sea coherente con lo que pensamos. En última instancia, dejamos de ser meros consumidores para convertirnos en ciudadanos; personas que proyectan en el consumo su forma de entender la vida.

La realidad es que las personas consumidoras apenas tenemos información para tomar decisiones y, por tanto, practicamos un consumo irresponsable. La información existe. Hay disponibles numerosos trabajos como el de Lodeiro (2008) donde se aporta una interpretación de la sociedad y la cultura actual, y se ofrece una amplia información sobre las alternativas de consumo que existen y sus consecuencias. Contamos con fuentes de información más regular como

la revista 'Opcions' que edita el CRIC (Centre de Recerca i Informació en Consum) (<http://www.opcions.org/cast/cric.html>). E incluso las propias instituciones elaboran guías y folletos sobre alimentación responsable (Dirección de Consumo de Departamento de Sanidad y Consumo del Gobierno Vasco, 2009). Pensamos que el problema con el que nos encontramos es que la ignorancia que tenemos los consumidores es de tal magnitud, que ni siquiera llegamos a interesarnos por dicha información.

A pesar de nuestra ignorancia compramos, y las decisiones que tomamos cuando elegimos qué comprar y donde hacerlo, moldea toda la cadena del sistema alimentario como se ha señalado anteriormente. El acto de la compra se convierte en un voto a una manera de hacer las cosas, y el consumidor no es consciente hasta qué punto sus elecciones configuran todo un modelo de producción. Con frecuencia se piensa que nuestro comportamiento tiene un impacto insignificante en el modelo de producción y consumo, y esto no es cierto. Todos sabemos que cuando a un tendero le preguntan algunos clientes por el origen de un producto termina interesándose por el tema y puede llegar a informar al consumidor de ese rasgo. Lo mismo ocurre en un bar cuando varios clientes preguntan si tienen café de Comercio Justo, o si una industria alimentaria recibe cierto número de llamadas a su teléfono de información al cliente interesándose por algún ingrediente. La suma de actos individuales cuentan, y si no, que se lo pregunten a las empresas amenazadas con hacerles un boicot.

A continuación se enumeran algunas prácticas de consumo que más pueden redirigir el actual modelo hacia el de una alimentación sostenible:

- Comprar alimentos frescos mejor que transformados. La compra de alimentos procesados hace que aumente la separación entre una materia prima y un alimento. Si compramos una lechuga adquirimos un alimento elaborado por los hortelanos, pero si compramos una lechuga lavada, troceada y presentada en una bolsa de plástico, la lechuga del hortelano habrá pasado a ser una materia prima que tendrá que pasar por la fase de transformación y el hortelano tendrá que ajustarse

a las exigencias —incluida el precio a percibir— que le impongan. Como consumidores, adquirir alimentos transformados supone también pagar bastante más por la comida y perder las habilidades culinarias que requiere la preparación culinaria. En efecto, la comodidad que supone adquirir alimentos procesados implica la pérdida de ese patrimonio cultural que supone la gastronomía; el know-how de transformar un alimento en comida. Y es que, tal como señala Jaffe (2006), la industria alimentaria ha ido eliminando las habilidades de transformación de alimentos a los agricultores limitándolos a ser productores de materias primas, y ahora están tratando de quitar las habilidades culinarias a los consumidores. La tendencia es que cada vez más personas dependan de la alimentación preparada de la de la industria alimentaria para satisfacer una de sus necesidades más básicas: la alimentación.

Adicionalmente, habría que señalar que los alimentos transformados han perdido parte de sus propiedades naturales debido a los tratamientos a los que son sometidos, y se les añaden otros ingredientes o sustancias para su conservación o presentación que pueden generar problemas para la salud. Por ejemplo, aunque se conoce los efectos en el alimento y en nuestra salud de los aditivos, no se conoce qué efectos puede tener en nuestra salud la ingesta de un alimento con distintos aditivos. Finalmente, también es importante recordar que los alimentos procesados gastan más energía por el proceso de envasado al que son sometidos. En conclusión, no se debe renunciar a la comodidad que aportan los alimentos procesados, pero debería consumirse ocasionalmente, con moderación.

- Comprar alimentos procedentes de la agricultura agroecológica. El consumo de alimentos de la agricultura ecológica y campesina permite minimizar el impacto



Puesto de verduras de una hortelana en el Mercado de Vitoria (Autor: José Ramón Mauleón).

ambiental de la producción agraria y consumir alimentos de máxima calidad. Esta práctica resulta, por tanto, decisiva para alcanzar la dimensión ambiental y social que debe tener la Alimentación Sostenible. Este es uno de los aspectos en que más se debe mejorar en el Estado Español, pues sólo el 0,7% de los alimentos consumidos proceden de la agricultura ecológica frente otros países europeos que llegan hasta el 5-7%.

- Comprar los alimentos directamente al productor. Este es uno de los aspectos claves para una Alimentación Sostenible, pues los Canales Cortos de Comercialización aportan beneficios en todos los ámbitos. Existen canales tradicionales como los mercados de agricultores. Muchos de ellos han ido permitiendo la reventa y sus vendedores no son agricultores sino personas que acuden a un Mercado para posteriormente vender los alimentos en el puesto del mercado. No obstante, quedan algunos «mercados de productores» donde el consumidor tiene la posibilidad de adquirir el alimento del productor. En los últimos 15 años, también se han ido creando nuevos canales cortos. Primeramente se crearon las Asociaciones de Consumidores; grupos de consumidores que disponían de un local y que contactaban con productores para que les llevaran su producción —generalmente ecológica— al local. Poco a poco se han ido creando Asociaciones por toda la geografía española.

Una modalidad de canal corto reciente y en plena expansión son las «cestas de verduras semanales». En este caso, un grupo reducido de consumidores contacta con algún hortelano del entorno para abastecerse semanalmente de verdura de temporada. Existe una amplia variedad de modalidades (la cesta puede incluir alimentos de otros productores del entorno, el consumidor puede o no escoger la gama de productos, etc.) En esta misma línea, el sindicato agrario COAG vienen impulsando desde el año 2008 las redes o iniciativas ARCO (Agricultura de Responsabilidad Compartida).

Como estas iniciativas suponen abastecerse de alimentos del entorno, tienen un impacto ambiental positivo porque evitan los ‘alimentos kilométricos’ que gastan energía no-renovable y contribuyen al efecto invernadero.

Económicamente representan una mejor retribución del trabajo agro-ganadero pues los productores se apropian el valor añadido de la comercialización. Finalmente, estos canales también contribuyen a la sostenibilidad social porque la comunicación cara-a-cara entre el productor y el consumidor mantiene el sentido de comunidad y permite un intercambio de información que conduce a una aproximación de ambas partes.

Conviene diferenciar entre «alimentos locales» y «alimentos localizados». Los primeros son aquellos consumidos en el mismo entorno donde son producidos y, por tanto, aportan las ventajas anteriores. Por el contrario, los localizados son aquellos que ofrecen la garantía de un origen mediante una etiqueta como la de Denominación de Origen. Estos últimos pueden ser consumidos en puntos muy distantes a su producción, como es el caso del vino con Denominación de Rioja y, en consecuencia, pueden formar parte de los «alimentos kilométricos».

- Comprar alimentos en el pequeño comercio cuando no puedan comprarse directamente al productor. Existe una tendencia creciente a adquirir los alimentos en hiper o supermercados por lo que una parte creciente de lo que comemos lo adquirimos a unas pocas enseñas de distribución. En España 4 de cada 5 alimentos se compran a través de la gran distribución alimentaria (GDA), que incluye supermercados, hipermercados y discount. Sólo un 2,7% se realiza en tiendas tradicionales, un 11,2 en tiendas especializadas y un 4,2 a través de otros canales de distribución (Exporetail, 2006). Estas cifras tienen unas consecuencias dramáticas en cuanto a la concentración y acumulación de poder en las manos de estas empresas. No en vano, en el 2006 uno de cada cuatro alimentos se compraban en una única empresa, Carrefour (García y Rivera-Ferre, 2006). El problema de esta tendencia no es sólo los riesgos que se derivan de una situación de oligopolio, sino que estas empresas adquieren un enorme poder en la fijación de los precios y las condiciones que deben cumplir los alimentos. Esta situación ha sido denunciada por parte de movimientos sociales como el «Supermercados – No gracias» (<http://www.supermercadosnogracias.info/>) y de una manera

más formal mediante informes como el del Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia (2009) en que se desvelan las prácticas de estas empresas hacia sus proveedores y las personas consumidoras. La acumulación de poder en estas empresas implica además que tanto el productor (como el consumidor) cada vez tienen menos capacidad de decidir sobre qué producen (consumen) y cómo lo producen (consumen). La gran superficie actúa a modo de cuello de botella y supone una barrera en la relación consumidor-productor, campo-ciudad. Lo que interesa destacar ahora es que la agricultura familiar no tiene cabida en la gran distribución. Como se ha indicado al inicio el lugar donde se compra un alimento nos indica quién y cómo ha sido producido. Estas empresas necesitan que sus proveedores tengan un volumen de producción y se ajusten a unos precios y condiciones del producto y de entrega que la pequeña agricultura no puede satisfacer. La tendencia es, por tanto, que la gran distribución se abastezca de grandes productores sea cual sea el lugar de origen de la producción. Es decir, la GDA favorece la agricultura industrial y, por tanto, el consumo de alimentos industriales. Favorece los productos transformados, empaquetados, alimentos kilométricos producidos a largas distancias en países donde encuentran una ventaja comparativa, la homogeneidad frente a la diversidad (tanto en el ámbito de la producción como del consumo, con un papel crucial en la globalización alimentaria y la pérdida de la cultura alimentaria), etc. En otras palabras comprar en la GDA es permitir que este eslabón de la cadena tenga más poder sobre los demás eslabones, que se impulse una agricultura industrializada, y que el enorme gasto que hacen las familias en alimentación se concentre en unas pocas manos. Esta concentración de la riqueza dificulta la sostenibilidad económica y la cohesión social. Por tanto, son agentes que dificultan la Alimentación sostenible. Los centros comerciales también tienen un impacto importante sobre el modelo de ciudad, pues al sacar la actividad comercial a las afueras de la ciudad se debilita el barrio como lugar de encuentro y favorece el aislamiento de las personas que comparten el mismo entorno (las

tiendas de barrio suelen ser puntos de encuentro donde además de obtener información sobre los productos que consumimos en un diálogo con el tendero, los vecinos se encuentran y se comunican).

Habría que añadir, que la elección de la grades ensañas no es siempre la mejor opción para el bolsillo del consumidor. Dentro de la tendencia a que la comida se compre en hiper y supermercados, se observa que en los alimentos frescos (fruta, verdura, carne, pescado y pan) el pequeño comercio mantiene una cuota de mercado en torno al 45%. Lo que esto significa es que muchos consumidores mantienen un hábito de compra dual: la alimentación envasada la adquieren en las grandes superficies, y para los alimentos frescos acuden al pequeño comercio especializado. En el caso de la verdura hemos tenido ocasión de mostrar cómo resultaba más barata en la tienda especializada que en el hiper o supermercado (Mauleón, 2008).

- Consumir menos carne. Disminuir el consumo de carne sería un punto esencial en la Alimentación sostenible. En los países occidentales se consume entre 90-150 kg de carne al año, procedente fundamentalmente de granjas industriales, y fundamentalmente de pollo y cerdo. Esta cantidad es excesiva y tiene consecuencias socio-ambientales dramáticas. Un informe de la FAO sobre la ganadería señala que ésta es la principal fuente antropogénica del uso de la tierra. El 26% de la superficie terrestre se dedica a la producción de pasto y el 33% de la superficie agrícola a la producción de grano para piensos. En ambos casos, el avance de la ganadería ha supuesto la deforestación de grandes extensiones de bosques. La ganadería es responsable del 18% de las emisiones de gases de efecto invernadero medidas en equivalentes de CO₂. Específicamente es responsable del 9% de las emisiones de CO₂ (principalmente por deforestación), el 37% de las emisiones de CH₄ (fundamentalmente los rumiantes) y el 65% del óxido nítrico (por el estiércol). Asimismo, emite 2/3 de las emisiones antropogénicas de amoníaco, gas con un papel importante en la lluvia ácida. La ganadería utiliza el 8% del agua mundial, un elemento cada vez más escaso y para muchos, origen de futuras guerras. Se estima que para producir 1 kg de carne de vacuno



Ganadería intensiva en Teruel (Autor: José Ramón Mauleón).

intensivo son necesarios 20.000 l de agua. La ganadería intensiva es, además, la mayor fuente de contaminación del agua, contribuyendo a la eutrofización y degradación de ríos y litorales. Las fuentes de contaminación proceden de las heces, residuos de los piensos (antibióticos, metales pesados), hormonas, así como de los pesticidas y fertilizantes utilizados en los monocultivos de grano para pienso. En los EEUU, el ganado es el responsable del 55% de la erosión y sedimentación, el 37% del uso de pesticidas, el 50% del uso de antibióticos y de 1/3 del contenido en nitrógeno y fósforo del agua (Rivera-Ferre, 2007).

NIVEL COLECTIVO: LA COLABORACIÓN CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Algunos ciudadanos son escépticos sobre las posibilidades de alterar el modelo de producción y consumo de alimentos mediante nuestro comportamiento como consumidores. Suelen

argumentar que son las instituciones las que realmente pueden mejorar el modelo actual realizando cambios estructurales a través de regulaciones o subvenciones. En nuestra opinión, estas personas olvidan que las instituciones no tienden a introducir cambios que alteren los patrones establecidos, y por eso son muy pocas las iniciativas institucionales innovadoras. El impulso de los comedores ecológicos realizado por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía es quizás la iniciativa más importante realizada. Al final, se puede llegar a una situación de parálisis: los consumidores no hacen nada porque creen que no vale la pena, y las instituciones tampoco porque si el consumidor no se queja significa que está satisfecho con la situación actual.

La solución puede radicar en un punto intermedio: la unión de quienes se encuentran insatisfechos con la situación actual para tener posibilidades de informar al consumidor y colaborar con las instituciones. En este nivel, desempeñamos un papel más activo como ciudadanos integrantes de la Sociedad Civil para participar en la toma de decisiones

colectivas. No obstante, pensamos que aquí también se corre un riesgo: el de olvidar la acción individual, el compromiso con uno mismo de tratar de ser coherente con sus valores en el acto de compra; el tomar las riendas de nuestras decisiones. Y esto no es agradable. Pero de lo contrario, es fácil que nos desentendamos de nuestras decisiones pensando que ya apoyamos a un movimiento social que se ajusta a nuestros ideales de la misma forma que otros apoyan a un partido político que es de su confianza, sin acompañar dicho apoyo de acciones colectivas hacia la transformación social.

Si la acción colectiva es importante para poder alcanzar una Alimentación Sostenible, surge la cuestión de cual debe de ser el papel que deben desempeñar las instituciones. Se observa que muchas han integrado la Sostenibilidad en su discurso político, pero que se limitan a aportar información al consumidor como si fueran ajenas a las reglas del mercado. El distribuir guías a la ciudadanía sobre el Consumo Responsable es un primer paso, pero se echa en falta un mayor impulso a las iniciativas ya existentes. En realidad, lo que deberíamos de esperar de ellas sería algo más, el diseño de un plan integral de alimentación sostenible que coordinase distintas medidas y generase sinergias entre ellas. Y para ello habría que empezar por crear lo que Halweil denomina, en un libro extraordinario, el ‘consejo local de política alimentaria’ (2003:57). Un lugar de encuentro de instituciones y la sociedad civil para consensuar un nuevo modelo de producción y consumo de alimentos, en otras palabras, un nuevo modelo de gobernanza del sistema agroalimentario. Y consensuar significa que hay que aprender a aceptar que también existen otras interpretaciones de la realidad y otros modelos deseables. En este escrito se han propuesto una serie de medidas para alcanzar una alimentación sostenible, pero hay que aceptar que el consumo en la sociedad actual puede no ser visto como una oportunidad para el cambio social. Y es que el consumo en la sociedad postmoderna se utiliza para dar identidad a las personas y para comunicar significados. Quienes usan el consumo de esta manera no pueden estar de acuerdo con las ideas de Jackson (2009) cuando indica que cuando los ingresos alcanzan cierto nivel un aumento adicional no genera más felicidad, o que existe una correlación entre el aumento del consumo y el debilitamiento de las cosas que hacen felices a las personas

(2009: 50-51). Sería ingenuo no reconocer que hay muchos consumidores que ‘necesitan usar’ el consumo como forma de dotarse de identidad y de autoexpresarse, y que les parecerá una locura la tesis de que ‘consumir menos es vivir mejor’. Por otro lado, dicho sentimiento puede resultar en parte de la falta de información que los consumidores tienen sobre el impacto de su consumo, y de la falta de alternativas en la sociedad que le hagan llenar de otra manera las ‘necesidades’ percibidas para alcanzar la felicidad, con lo que sin la acción de las administraciones públicas estaríamos ante «un pez que se muerde la cola».

Por tanto, aunque se deban recoger los distintos significados y objetivos del consumo, lo que si debe exigirse a las instituciones es información sobre lo que compramos. Sin ella, los ciudadanos se degradan a consumidores irresponsables porque ignoran las alternativas de que disponen, las consecuencias que tienen sus actos, y se les priva del derecho a utilizar su poder de compra para participar en la construcción de la sociedad que deseen.

Para hacer posible nuestra visión de una Alimentación Sostenible, pensamos que las Administraciones Públicas (en todos sus niveles: local, regional, central) deberían promover, entre otras, iniciativas como:

- Favorecer los mercados de productores y productoras que permitan la venta directa.
- Favorecer los mercados municipales y pequeños comercios frente a las grandes superficies o super e hipermercados, con políticas que graven el suelo, impuestos que deben pagar unos u otros, etc.
- Favorecer el consumo de alimentos ecológicos, frescos y de temporada, mediante internalización de costes sociales y ambientales de los productos industriales y no ecológicos, bien por gravamen u otras estrategias, lo que invertiría la tendencia actual de consumo.
- Favorecer la información sobre los distintos modelos de cadena agroalimentaria, y los impactos socioambientales positivos y negativos de cada una de ellas. Favorecer la información sobre las implicaciones sobre la salud que tiene el consumo de alimentos. Todo ello permitiría al consumidor ejercer su opción de consumo de manera consciente.

- Favorecer una estrategia de etiquetado sencillo, claro y transparente que permitiera visualizar distintos aspectos socioambientales de la producción de alimentos (ej., origen de los alimentos, precio origen-destino, producción CO₂, huella/mochila ecológica, etc.)

A modo de resumen, para nosotros es evidente que alcanzar una Alimentación Sostenible requiere de cambios en las actitudes individuales realizadas mediante la facilitación de una información adecuada a los consumidores que tenga el objetivo de hacerles consumidores responsables y conscientes; y de cambios en las políticas de las administraciones públicas donde se reconozca la alimentación como un derecho humano por encima de los intereses de mercado, desarrollando políticas que faciliten los cambios mencionados, y que dejen de favorecer el consumo irresponsable a través del apoyo (discriminatorio) que actualmente realizan a la agricultura industrializada y GDA frente al de la agricultura campesina o el pequeño comercio.

REFERENCIAS

- DÍAZ MÉNDEZ, C. (2005), «La modernidad alimentaria. Los debates actuales en la Sociología de la Alimentación», *Revista Internacional de Sociología*, 40:7-38.
- Dirección de Consumo del Departamento de Sanidad y Consumo del Gobierno Vasco (2009), «Una alimentación responsable, donde alimentarse no es sinónimo de comerse el mundo». Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. (http://www.osasun.ejgv.euskadi.net/r52-581/es/contenidos/informacion/publi_didactico/es_1302/adjuntos/alimentacion.pdf accedido en Noviembre de 2009).
- GARCÍA, F. y RIVERA-FERRE, MG. (2007), Supermercadolandia», el planeta de los supermercados. En: «Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas». Pág. 11-23.
- HALWEIL, B. (2003), «Productos del país. Alimentos locales en un mercado global». Bakeaz: Bilbao.
- IPC (2002), Comité Internacional de Planificación de las ONG/OSC para la soberanía alimentaria. Fórum de ONG/OSC para la Soberanía Alimentaria. Soberanía alimentaria: un derecho para todos. Declaración política del Foro de las ONG/OSC para la Soberanía Alimentaria. 8-13 Junio, 2002. 4 pp.
- JACKSON, T. (2009,) «The challenge of sustainable lifestyles». En: The Worldwatch Institute «State of the World 2008. Innovations for a sustainable economy» Capítulo 4 Págs: 45-60 http://www.worldwatch.org/files/pdf/SOW08_chapter_4.pdf.
- JAFFE, J. (2006), «Victual vicissitudes: consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems» *Agriculture and Human Values* 23:143-162.
- LABONTÉ, R. y SCHRECKER, T (2007), Globalization and social determinants of health: Promoting health equito in global governance (part 3 of 3). *Globalization and Health* 3 (7). 15pp. <http://www.globalizationandhealth.com/content/3/1/7->
- LODEIRO, T. (2008) «Consumir menos, vivir mejor. Ideas prácticas para un consumo más consciente». Tafalla: Txalaparta. (http://www.nodo50.org/consumirmenosvivirmejor/?page_id=43 accedido en noviembre 2009).
- MAULEÓN, J.R. (2008), «Hábitos de compra de las hortalizas en el País Vasco». *Zainak* 30: 223-241.
- NNUU (2002), Economic and Social Council Report of the Special Rapporteur of the Commission on Human Rights on the Right to Food. Fifty-seventh session. Item 111 (b) of the provisional agenda. A57/156.
- RIVERA-FERRE (2007), Impactos de la ganadería industrial. *El Ecologista* 54: 33-34.
- Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia (2009), «La distribución de bienes de consumo diario: competencia, oligopolio y colusión tácita». Mimeo. 290 págs. (http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-14000/es/contenidos/informacion/imformes_mercados/es_infomerc/adjuntos/090420%20DISTRIBUCION%20COMERCIAL%200%20ABRIL%202009%20FINAL.pdf accedido en Noviembre del 2009).
- Vía Campesina (1996), Final declaration II international conference of La Vía Campesina in Tlaxcala. En <http://www.viacampesina.org>.