



El negocio de la comida ecológica u orgánica

Eje temático: Sustentabilidad alimentaria

Ernesto Valenzuela Valdivieso

Plantel 8 “Miguel E. Schuz”

Correo electrónico: ernesto.valenzuela@enp.unam.mx

Resumen

El presente trabajo es una investigación documental y de campo sobre la comida ecológica u orgánica. La hipótesis de trabajo afirma que actualmente la comida orgánica ha pasado de ser una alternativa de sustentabilidad alimentaria a ser parte del entramado de la dinámica del capitalismo. Desde el momento en que se creó un nicho o mercado de consumo de comida orgánica, que tiene un comportamiento ascendente y cuyos consumidores, en su mayoría, pertenecen a un extracto social, económico y cultural de clase media y alta, las empresas alimenticias globales decidieron intervenir, sin dejar de lado, la producción de alimentos agropecuarios obtenidos o procesados con sustancias químicas. En apariencia una disyuntiva, que el mismo capitalismo es capaz de conciliar.

Introducción

En las diferentes etapas históricas de la humanidad, el hombre se ha beneficiado de los recursos que la naturaleza le ofrece, con el fin de sobrevivir y obtener ganancias. En un principio, tan sólo utilizó los recursos que le eran necesarios y aquellos que le servirían de reserva para prevenir los tiempos de sequía o frío. Fue precisamente en esta etapa cuando el hombre, consciente de la íntima dependencia que tiene de la naturaleza, integra elementos de conservación en la práctica de sus actividades cotidianas. La naturaleza era sagrada y formaba parte de su creencia religiosa, esto es, cada uno de sus elementos debía respetarse y cuidarse. Posteriormente, al dominar al medio natural, el hombre transformó su concepción de pensamiento y su actitud hacia la naturaleza; identificó el valor de cada uno de sus elementos en el contexto del sistema económico prevaleciente.

En las actividades productivas, todos los elementos de la naturaleza, en general, son objetos y medios de trabajo que permiten la satisfacción de necesidades, lo que representa el uso directo o transformado de los recursos naturales. En el sistema económico capitalista, el valor de los recursos naturales está determinado, entre otros aspectos, por su abundancia y por la necesidad que se genera para su consumo. Desde una perspectiva estrictamente económica, los ecosistemas y sus recursos se pueden conceptualizar como “capital ecológico” para ubicarlos en la lógica de la producción y el consumo.

En este contexto, la naturaleza pasó a formar parte del conjunto de intereses que integran el sistema económico que asigna a cada elemento un valor monetario, de acuerdo a la utilidad que tiene o adquiere y el beneficio que proporciona al hombre. Con base en ello, los elementos de la naturaleza obtienen la categoría de recursos, ya que cada uno de ellos significa el medio para sobrevivir y aún más, se constituyen en la base de un enriquecimiento potencial.

El Estado y la iniciativa privada en el modelo económico capitalista, conjugan esfuerzos para lograr mayores beneficios a través de la explotación de los recursos naturales, en donde los monopolios y las empresas transnacionales controlan los mercados

nacionales e internacionales de las diferentes actividades económicas. La diversidad y la innovación caracterizan su política de expansión, se recrean gustos, se complacen preferencias y se imponen modas para satisfacer a la sociedad de consumo.

En su continuo proceso de transformación, el sistema capitalista actual adquiere mecanismos que permiten mantener el dominio en la política, la economía y el ambiente del mundo. Los cambios que frecuentemente promueve el sistema están enfocados a la obtención de mayores y más rápidos beneficios económicos en un constante aumento del capital (Harvey, 1992:23). Entre sus estrategias impone modas y estilos de vida que permiten la rápida comercialización de sus productos y, por lo tanto, el incremento de sus ganancias. A través de una producción de la diferencia, el capitalismo mantiene la vanguardia de nuevas formas de obtención de utilidades, que le permiten perpetuarse en el tiempo y el espacio. Como respuesta a las cíclicas crisis del sistema, se reestructura la organización y función de las actividades productivas para reactivar la economía mundial. Las estrategias están en todo momento dirigidas a evitar cualquier pérdida, por lo que su organización compensa las crisis de menor rendimiento en algunos sectores, con las ganancias de otros. Tal situación ha ocurrido durante los últimos años con las actividades agropecuarias con un constante crecimiento a pesar de las diversas recesiones económicas mundiales.

Desarrollo

La cada día mayor participación de la industria de químicos en la industria alimentaria, ya sea para generar mayores rendimientos en la agricultura o para evitar pérdidas por el ataque de plagas, ha provocado que se utilicen diversos plaguicidas o insecticidas que de manera directa afectan los alimentos. También se ha utilizado la industria química para modificar genéticamente las semillas de los alimentos (ingeniería genética y nanotecnología), con el fin de hacer que éstas, sean más resistentes a las plagas y los cambios climáticos, pero también para aumentar o disminuir su tamaño o colorido o para producir nuevas especies a partir de la cruce de las existentes.

Ante este nuevo panorama, en donde cada día resulta más difícil seleccionar alimentos sin intervención química, ha surgido una etiqueta con la denominación de “ecológica u orgánica”, cuya diferencia con el resto de los alimentos son porque a través de ellos se

obtienen dos supuestas bondades. La primera tiene que ver con el producto, libre de cualquier agroquímico, en consecuencia, evitará o mejorará la salud. La segunda tiene que ver con la cuestión laboral, en la que en teoría, para la producción de alimentos orgánicos, se evita que sean explotados los trabajadores o que se contraté mano de obra infantil, además de que no se dañe el medio ambiente.

Lo “orgánico”

El término orgánico, de acuerdo a la RAE, se refiere a un cuerpo que está en disposición o aptitud para vivir. De acuerdo a la definición anterior, no existe ninguna relación, con su utilización como adjetivo de la palabra alimento o de comida. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en los que se refiere a la agricultura orgánica, es un método que consiste en la gestión del ecosistema en vez de en la utilización de insumos agrícolas (fertilizantes, plaguicidas sintéticos, medicamentos veterinarios, semillas y especies modificadas genéticamente, conservadores, aditivos e irradiación). Lo orgánico, en la alimentación, hace referencia a que esta libre de químicos en cualquier de sus etapas de producción.

La palabra orgánico, en algún producto alimenticio, para un buen número de personas, de forma consiente o inconsciente, significa que el producto es de mejor calidad, por el hecho de que para su crecimiento, no se empleó ningún tipo de químico, lo que a su vez, se traduce en una cuestión de salud y bienestar, que puede impedir la aparición o agudización de alguna enfermedad. Lo anterior, influye en el precio del producto, que es mayor, al de un producto similar (en muchos casos lo doble) y que exista un mercado de consumidores que están dispuestos a pagar por un precio más alto en beneficio de su salud. Debido a que el precio es mayor a uno similar, pero sin la etiqueta de orgánico, se forma un nicho de consumo, que será para una élite, la que podrá pagar el precio y, en consecuencia, es una forma de restringir el mercado de consumo para quién lo puede pagar. Durante los últimos años la expansión de la comida orgánica ha sido resultado de un proceso que ha ocurrido a la par de la expansión de la industria de alimentos con agroquímicos. Esto no significa que la comida orgánica o su elaboración iniciaran posteriormente a la agricultura química, en

todo caso, hubo una mayor difusión y expansión, que se ha manejado como una alternativa.

El proceso de lo que hoy se conoce como “orgánico”, fue la forma en la que se inicio la agricultura, que pervivió durante muchos años y que aún existe pero en menor cantidad, comparada con la agroquímica, que responde a la máxima del capitalismo: “mayor rendimiento al menor costo y tiempo”. En la actualidad aún existen comunidades y agricultores que por su lejanía o falta de contacto con el exterior han mantenido su forma tradicional de sembrar, que ha pervivido a través de las generaciones y que se considera un proceso natural, porque todo se realiza de acuerdo con lo que existe en la naturaleza y respetando los diferentes ciclos, como el del agua y el suelo. Durante mucho tiempo, el fin de la agricultura orgánica fue para el autoconsumo, lo que no significa, que la producción no permitiera o tuviera como fin la venta. Sin embargo, fue la agroquímica, pero sobre todo las empresas que la manejan, quienes se encargaron de desprestigiar a la agricultura orgánica con argumentos como el bajo rendimiento por hectárea, cosa contraria a lo que ocurría en la agroquímica, de mayor producción, con menos inversión y tiempo. El eslogan que se utilizó fue el uso de la ciencia al servicio de la sociedad, lo que justificaba el uso de químicos para modificar semillas y lograr mayor variedad de especies, de productos con mejor apariencia o de mayor resistencia a cambios climáticos o plagas. La intervención también se justificó para abonar y enriquecer los suelos con nutrientes faltantes o para combatir plagas. El uso de los agroquímicos para un país o localidad significó la entrada a la modernidad.

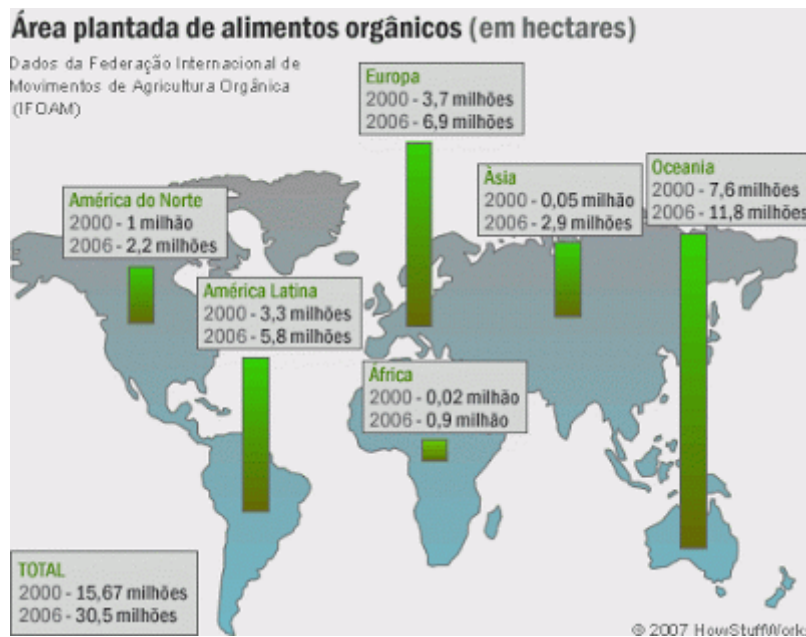
En la actualidad la comida orgánica u ecológica, como también suele llamarse, maneja dos tendencias. En la primera situación, el discurso maneja que es una alternativa de la agroquímica. Coincide o fue resultado del movimiento ecologista, que surgió a principios de los años setenta del siglo XX. Su expansión, ha sido resultado de la colaboración de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y Asociaciones Civiles. Entre los principales propósitos esta concientizar sobre los daños que ocasionan los alimentos que son obtenidos o transformados con sustancias químicas. La segunda, para incrementar el número de hectáreas y agricultores que practiquen la agricultura orgánica, además de que aumente el número de personas por esta preferencia. Los resultados han sido el surgimiento de un movimiento de comida

orgánica con tres principales objetivos: promover y apoyar la agricultura orgánica, abrir espacios de comercialización para la venta de los productos y finalmente concientizar a la población de los beneficios.

En los países de la Unión Europea y en Estados Unidos existen apoyos económicos para la práctica de la agricultura orgánica. En general, los recursos sirven para aminorar las pérdidas por el cambio en el tipo de agricultura, por regeneración de suelos o el restablecimiento de la actividad biológica del agroecosistema. También para obtener la certificación o equipo, o de manera indirecta, en apoyos para la investigación, la capacitación o la difusión.

Durante las últimas décadas, se ha incrementado el número de hectáreas de cultivos orgánicos resultado, a su vez, de la mayor demanda por este tipo de alimentos. Oceanía es el continente, con el mayor número de hectáreas, con 11.8 millones en el año 2006, casi el doble de lo que registró en el 2000, de 7.6 hectáreas. Lo anterior es resultado de que se han incorporado diversas áreas, anteriormente sin utilidad, para la actividad agrícola, además del estilo de vida y la educación de sus habitantes. El segundo lugar lo ocupa Europa, por debajo del número de superficie de hectáreas de Oceanía, con un total de 6.9 millones en 2006. Es importante resaltar que justamente de Europa proviene el movimiento ecologista y la propuesta del Desarrollo Sustentable, además del requisito de la certificación de los productos, que más que abrir fronteras para la importación de alimentos, las ha cerrado, principalmente, las que provienen de los países subdesarrollados. América Latina ocupa el tercer sitio, con 5.8 millones en 2006; comprensible, porque la agricultura orgánica no es para autoconsumo, sino para la exportación, en particular, para la Unión Europea. El principal país productor de este tipo de agricultura es Brasil. El cuarto y quinto sitio lo ocupa Asia (2.9 millones de ha.) y América del Norte (2.2 millones de ha.) situación cuya causa sea la importación que tienen ambas regiones de estos y otros productos del resto del mundo. Finalmente, en el último sitio se localiza África con 0.9 millones de hectáreas, prácticamente con la inexistencia de un mercado de consumo y que su producción sea para la exportación (Figura 1).

Figura 1



<http://projetosambientais.blogspot.mx/2009/07/agricultura-sustentavel-proposicoes.html>

La certificación, de forma intencional o no, ha tenido un doble objetivo. La primera ha sido garantizar que lo que se compra, efectivamente sea un producto orgánico. La segunda, ha sido incluir un requisito más para la exportación e importación de alimentos; el resultado, la apertura o clausura de mercados entre países. Asimismo, la certificación ha impulsado la consolidación de un mercado de consumo para una élite. Debido a que el cambio de modo de producción y la certificación requiere una inversión, que en la mayoría de los casos no tiene el agricultor, algunos han optado por emprender el negocio por su cuenta. La difusión ha sido, principalmente en Internet y con el apoyo de las redes sociales. El resultado ha sido la publicación de directorios de establecimientos de comida orgánica, la venta por la red de los productos o la asociación de agricultores para la venta directa de sus productos. La venta de alimentos orgánicos sin certificación, presenta una encrucijada, porque el consumidor debe confiar en que lo que compra efectivamente es orgánico, sin embargo, posiblemente ni el productor sea consciente de que su producto es totalmente orgánico, ante las diversas dependencias y conexiones del proceso productivo, por ejemplo, el uso de agua que puede estar contaminada o tratada con sustancias químicas (cloro).

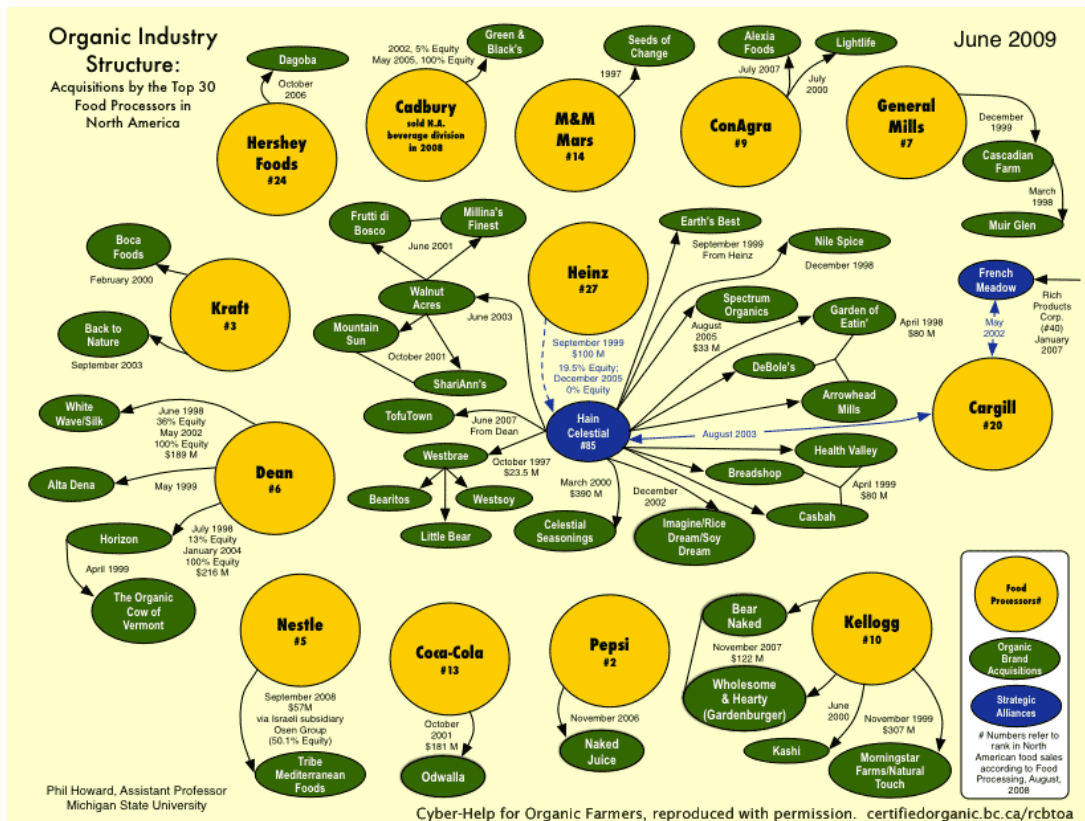
En la ciudad de México existe un tianguis denominado Mercado al 100, en que se reúnen alrededor de 20 familias cuyos productos provienen de un radio de distancia de 160 kilómetros a la redonda, con la intención de que éstos estén lo más frescos posible. El tianguis se instala en la colonia Roma los domingos de las 9:30 a las 14:30. Sin duda, la iniciativa es positiva, porque según la página Web del mercado al 100 (<http://mercadoel100.org/>), la finalidad de éste es conectar a la población del campo y la ciudad, ofrecer alimentos sanos, minimizan el impacto ecológico y otorgar un espacio para la convivencia y el aprendizaje. Sin demeritar las supuestas bondades del Mercado al 100, es importante también cuestionarse sobre su localización y su impacto. La segunda tendencia, de la producción y manejo de la comida orgánica, se integra en la dinámica del capitalismo global, en la que el mercado de consumo y las ganancias determinan la intervención de las grandes trasnacionales alimenticias. Esta tendencia esta estrechamente relacionada a su vez con las grandes empresas de súper mercados, el más importante, Walt Mart. Las trasnacionales se han encargado de crear una fantasía, en la que solo muestra lo que les conviene y construyen discursos bien intencionados, sin embargo, atrás de ello y en su contexto, son estas mismas empresas las que producen alimentos con químicos, pero además en sus holdings se encuentran las empresas que fabrican los fertilizantes, pesticidas y la venta de semillas modificadas.

En una lógica perversa el negocio parece ser redondo. Primero grandes corporaciones, del llamado Big Food, llenan los alimentos de aditivos, conservadores y demás “químicos” que contaminan la salud de los consumidores; se crea un movimiento de conciencia en torno a estos alimentos y se genera una industria que busca salvaguardar el bienestar del consumidor produciendo alimentos a la vieja usanza, manteniendo un estándar de calidad.

Los invasivos y malignos tentáculos de las grandes corporaciones o por la ingenuidad del consumidor que lo que compra generalmente son ilusiones que satisfacen su producción de dopamina y reafirman cómodamente lo que quiere que sea la realidad, en muchos casos esta moda de alimentarnos de productos orgánicos no es más que un plácido y frívolo (aunque sea bienintencionado) autoengaño.

Muchas de los grandes nombres de los alimentos orgánicos han sido adquiridos por las grandes corporaciones de alimentos sin que esto llegue al conocimiento del consumidor. Bear Naked, Wholesome & Hearty y Kashi, pertenecen al gigante de los cereales Kellogg; Naked Juice es parte de PepsiCo; y detrás de Walnut Acres, Healthy Valley y Spectrum Organics está Heinz, la marca de ketchup cuyo CEO participa en la reuniones Bilderberg (Figura 2).

Figura 2. Estructura de la Industria Orgánica



La junta directiva del National Organic Standards Board ha permitido el uso de ingredientes como el carragenano, un polisacárido derivado de las algas que incluso ha sido vinculado al cáncer, o del inositol sintético, que, como su nombre lo indica, se manufactura usando procesos químicos.

Conclusiones

El modelo económico capitalista se ha caracterizado por la explotación irracional que hace de los recursos naturales, para beneficio de una minoría, al obtener en el menor

tiempo y esfuerzo, máximas ganancias, motivo por el que suele ser indiferente al deterioro ambiental.

El negocio de la agricultura o alimentos orgánicos es parte de las nuevas estrategias geoeconómicas y políticas de expansión del capitalismo en una suerte de reconquista de espacios para su explotación, encubierta con discursos de salud, progreso, ayuda internacional e intercambio cultural. En este sentido, la invasión ya no requiere el conflicto armado o la pertenencia directa del espacio; la actividad es más sutil, más no menos impactante y se realiza a través de las corporaciones transnacionales. Es obvio que la situación otorga ventajas para la reproducción del capital a través de la explotación de los recursos, naturales y humanos, y la venta de sus productos o servicios.

El sistema económico capitalista ha fomentado estilos de vida que incitan al consumismo que se traduce en derroche y desperdicio de recursos, desigualdad económica, miseria, violencia, contaminación, entre otros problemas.

Bibliografía

CCN (2015) “Consejo Nacional de Producción Orgánica”. *Consejos Consultivos Nacionales en materia agropecuaria y ambiental*. Recuperado en: <http://www.consejosconsultivos.mx/consejo-nacional-de-produccion-organica.html>

FAO (2015) “Organic Agriculture”, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado en: <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq9/es/>

Galeano, E. (1994) *Úselo y tírelo*. Argentina: Siglo XXI.

Harvey, David (1992) “El capitalismo: la fábrica de la fragmentación”. *Vuelta*, núm. 19, México. Pp. 23-25.

Martínez, A. (2012) “La gran fantasía de la comida orgánica (el mejor negocio de las mega-corporaciones)”. Recuperado en: <http://pijamasurf.com/2012/07/la-gran-fantasia-de-la-comida-organica-o-como-las-grandes-corporaciones-han-cooptado-la-industria-sin-que-te-des-cuenta/>

Werner, K. y Weiss, H. (2006) “La cadena alimentaria”, *El libro negro de las marcas. El lado oscuro de las empresas globales*. México: Random House Mondadori.

Propuesta didáctica

Introducción

La propuesta didáctica esta diseñada para que los alumnos adquieran nuevos conocimientos y establezcan vínculos entre los temas físicos, económicos y sociales. Asimismo, permite la relación entre los conocimientos previos con los nuevos para adquirir un conocimiento significativo. Además, de acuerdo al enfoque actitudinal, se pretende que después de reflexionar del tema, se adopte una posición al respecto, que a su vez, sea un reflejo en su comportamiento sobre la compra y el consumo de alimentos.

No existe específicamente un tema de las unidades de los tres programas de Geografía de la Escuela Nacional Preparatoria que traté de forma directa la cuestión del negocio de la comida ecológica u orgánica, no obstante, es posible su impartición en temas ambientales y económicos. Se sugiere impartirlo en las siguientes asignaturas.

| Año | Asignatura | Unidad | Tema |
|--------|---------------------|---|---|
| Cuarto | Geografía | VII. Tendencias económicas del Mundo Actual | 2.2. Características de la organización económica mundial |
| Sexto | Geografía Económica | De la I a la VIII | Medio físico y su relación con las actividades económicas |

Actividades sugeridas

| Actividad | Acciones | Resultados |
|---|---|---|
| 1. Lectura del artículo: Méndez, M. (2012) "La ciencia y sus rivales. Objeciones a los alimentos orgánicos", Ciencia y Desarrollo. Recuperado en: http://www.cyd.conacyt.gob.mx/262/articulos/ciencia-y-sus-rivales.html | De acuerdo a la lectura, contestar las siguientes preguntas: 1. ¿Estas de acuerdo en que el mayor uso de la agroquímica es consecuencia de una mayor demanda de alimentos? 2. Según el artículo, cual es la principal diferencia entre los alimentos orgánicos y los convencionales? 3. ¿Cuáles son los riesgos de comer alimentos orgánicos? | La lectura y el cuestionario sirve para adquirir conocimiento y que el alumno reflexione sobre el contenido. Verificar las respuestas de las preguntas |
| 2. Comparación entre alimentos orgánicos y comunes. Lista de tiendas de productos orgánicos, revisar el siguiente enlace: http://www.chilango.com/ciudad/nota/2011/07/28/lugares-para-comprar-comida-organica-en-la-ciudad-de-mexico | Visita a una tienda de productos orgánicos y un mercado común para comprar los precios de los productos. Elaborar una tabla para diez productos, con las siguientes columnas: precio (unitario, kilo), procedencia y empresa que los produce o distribuye | En clase se realizará un análisis de la información obtenida. También una comparación de la información de los cuadros. Finalmente en forma grupal se realizará una conclusión. |
| 3. Visita al Mercado el 100. Sobre información del mercado consultar el siguiente enlace: http://www.mercadoel100.org/ | La finalidad de la visita es verificar: lugar de instalación, tipo de personas, tipo de instalaciones, calidad de los productos. | En clase verificar la información y compararla. Hacer un pequeño debate sobre las posturas del beneficio o no de los productos orgánicos. |