

ELS PAPERS DEL GAP



**Si nosaltres mengem,
nosaltres hem de decidir**

Xavier Montagut

**Si nosaltres mengem,
nosaltres hem de decidir**

Xavier Montagut



**Si nosaltres mengem,
nosaltres hem de decidir**

Xavier Montagut

El **Grup d'Acció Política (GAP)** de la Xarxa de Consum Solidari es va crear per iniciativa de alguns socis i sòcies que volien anar més enllà del consum de productes de comerç just i ecològics, i constituir un espai de reflexió amb l'objectiu de fer activitats de incidència política en favor de la sobirania alimentària i per la denúncia raonada del actual model de producció de aliments i les injustes relacions comercials que ofeguen als productors/res locals, tant del nord com del sud.

Els Papers del GAP és producte d'aquesta iniciativa.

Autoria: Xavier Montagut
Coordinació i revisió: Xarxa de Consum Solidari

Edició: Xarxa de Consum Solidari
Pça. Sant Agustí Vell, 15 – 08003 Barcelona

Barcelona. Abril de 2012

Aquesta publicació ha estat realitzada amb el suport de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD). El contingut d'aquesta publicació és responsabilitat exclusiva del autor i de la organització que ho edita, i no reflecteix necessàriament l'opinió de la ACCD.



INDEX

Introducció	7
1. Una Aliança dóna els seus primers passos	8
2. Mercaderia Nova per a Noves Demandes? Falses Solucions	10
3. Creixement Significatiu del Consum Conscient	13
4. Ciutadans abans que consumidors: Què fer?	15
Referències bibliogràfiques	18

Introducció

Avui dia, la producció d'aliments està dominada per un grapat de companyies multinacionals que decideixen què mengem, com es produeix i qui ho produeix. Els resultats són desastrosos. Més d'un bilió de persones sofreixen gana a tot el món, milers d'agricultors no poden produir menjar, i la paradoxa és que el 80% d'ells qui patiran fam són població rural. L'empobriment de les i els agricultors és un fenomen global. En els últims 10 anys l'Estat Espanyol ha perdut una mitjana de cinc camperols per dia. La pèrdua de sòl fèrtil; la pol·lució del sòl i de l'aigua; la pèrdua de biodiversitat; i l'impacte en el clima del planeta, són totes característiques d'un sistema agroalimentari industrialitzat i disfuncional. En termes de qualitat alimentària els resultats són també terribles. Més de 500 milions de persones sofreixen d'obesitat mentre molts més estan sota l'amenaça constant del mal de les vaques boges, l'enverinament per diòxid en els pollastres, i altres malalties. Aquesta

situació de crisi demanda amb urgència que la ciutadania prengui control del nostre sistema alimentari.

El model d'agricultura dominant està aniquilant les pràctiques familiars de cultiu que ens han alimentat per mil·lennis al mateix temps que conserven l'ambient. És per això que un moviment d'agricultores i agricultors, camperols, petits productors a tot el món està enarborant la bandera de la sobirania alimentària, acompanyant a la Via Camperola, la major coalició d'organitzacions camperoles avui dia.

No obstant això, la mateixa Via Campesina reconeix que els agricultors sols no poden superar el sistema modern d'alimentació. És per això que han proposat una aliança d'agricultors, camperols, consumidors, ecologistes, Organitzacions No Governamentals (ONGs), organitzacions feministes i sindicats... una aliança entre tots els sectors socials populars. L'anomenat

a la unitat ha estat emès en el Fòrum de l'Alimentació de Nyéléni (Declaració de Nyéléni 2007), del que

va fer ressò la Plataforma Rural a l'Estat Espanyol.



1. Una Aliança dóna els seus primers passos

La Plataforma Rural ha proposat una convergència i mobilització dels moviments alimentaris amb la finalitat de transformar l'actual sistema agroalimentari i establir un món que doni vida al rural. Una veritable aliança requereix una àmplia base social, que sigui inclusiva i participativa. Ha de ser un moviment equilibrat que involucri moviments i plataformes socials, als productors i fabricadors, consumidors, les ONGs i associacions ecologistes. Ha de representar a tots per igual, evitant la discriminació basada en gènere, cultura, territori, o edat. El nostre objectiu és un

moviment capaç de generar una àmplia mobilització cap a la sobirania alimentària a través d'un procés comú d'enfortir i articular les diverses experiències que ja existeixen en diferents llocs, i emmarcant-les en una estratègia global. Ha de ser un espai per a la incidència política, difusió, intercanvi, reflexió i debat compartit.

Crec que l'aliança que s'està construint ha de tenir quatre característiques. En primer lloc, ha de ser un ampli moviment social que reuneixi a totes les persones, organitzacions i entitats que estan

treballant des de la perspectiva de la sobirania alimentària. Això requereix un esforç conscient per incloure a organitzacions de tot tipus (tant locals com a internacionals) per participar, independentment de la seva grandària o recursos o altres característiques (associació, fundacions, grup de productors, cooperativa d'aliments, ONGs, etc.) En segon lloc, ha de ser un moviment que mantingui un equilibri entre els diferents components de l'aliança: productors, consumidors, ONGs, associacions ecologistes, etc., a fi de reflectir els objectius de cadascun, de manera que tots se sentin representats en l'aliança. Aquest equilibri ha d'aconseguir-se treballant constantment per reflectir de paritat de gènere i aconseguir una representació geogràfica que reflecteixi la pluralitat de llocs. En tercer lloc, ha de ser un moviment que incorpori els acords polítics definits en els documents de Nyéléni, ja que d'una altra manera no pot mantenir-se unit. En un moment en què el terme sobirania alimentària té una audiència cada vegada major, és important que els acords polítics s'honrin. En quart lloc, ha de donar lloc a una mobilització social connectant les diferents formes de resistència (producció, consum, sindicats d'agricultors, acció política, etc.) entorn d'una estratègia global.

En tota Espanya, les persones s'uneixen darrere del principi de la sobirania alimentària. Alguns grups nous van més enllà que les organitzacions considerades tradicionalment com les úniques amb suficient influència per tenir un impacte substancial.

L'Aliança per la Sobirania Alimentària dels Pobles (ASAP) ha començat un

treball important. Una reunió nacional es va realitzar al febrer de 2010, en la qual es van establir els temes i prioritats per al proper any. Una agenda comuna, pla d'acció i una estructura organitzativa també van ser establertes. El pla aprovat defineix clarament l'objectiu del moviment que formarà la columna vertebral de l'aliança per tenir un impacte social i polític.

El desafiament consisteix a aconseguir aquest impacte sense deixar de ser igualment incloent de tots els grups representatius. Aconseguir això requereix una planificació a llarg termini, un calendari adequat i mètodes que permetin participar a diverses organitzacions—especialment els grups petits i aquells amb recursos limitats per actuar socialment o políticament. Nosaltres hem de crear un calendari d'acció que permeti el treball descentralitzat al mateix temps que demostrï la força de l'aliança. En última instància, necessitem mobilitzar d'una manera que produeixi canvis concrets en el camí cap a la sobirania alimentària.

En l'Estat Espanyol, serà un repte establir una base social àmplia entorn de la sobirania alimentària en una societat on només l'1.9% de la població econòmicament activa són agricultors, i el 10.75% de la població viu en municipis de menys de 5.000 habitants. Això significa fer que els aliments i l'agricultura siguin una preocupació important per a una població que està en gran part separada de la producció d'aliments i l'agricultura.

Hem de veure quins són els interessos dels ciutadans com a consumidors pel que fa a la sobirania

alimentària. Amb això en ment, ens afavoreix que totes les tendències dels consumidors rebutgin cada vegada més les conseqüències del model alimentari actual, i busquin formes alternatives de consum que siguin més sanes, més respectuosos amb l'ambient, i més justes per als productors. Hem d'educar al públic sobre els perills d'un sistema que ens dóna de menjar productes que contenen alts nivells de substàncies perilloses, sense considerar els seus efectes acumulatius en la nostra salut. Tecnòcrates de la seguretat

alimentària argumenten que aliments amb substàncies els efectes perjudicials de les quals no hagin estat demostrats, no han de ser prohibits. Però per què hem de consumir productes potencialment perillosos quan podem alimentar-nos sense ells? Coneixem la resposta: tot depèn de la determinació de la indústria agroalimentària a augmentar els seus guanys. Element positiu és que els consumidors tenen respostes informades, les quals els guien en l'adreça oposada.

2. Mercaderia Nova per a Noves Demandes? Falses Solucions

Un dels principals efectes del sistema alimentari modern és una pèrdua ràpida de la biodiversitat. L'Organització per a l'Alimentació i l'Agricultura de la Nacions Unides (FAO) estima que el 75% de la diversitat genètica de cultius s'ha perdut a l'últim segle. Solíem conrear de 7.000 a 10.000 espècies. Avui dia es conreen només 150. Gens més que 19 cultius i 8 espècies d'animals alimenten al 95% del món modern. A Espanya, durant la dècada de 1970, 380 varietats de meló eren conreades. En l'actualitat, només es pot trobar de 10 a 12 espècies al mercat. Hi ha milers d'exemples com aquest.

Amb quin criteri s'ha determinat quins varietats d'aliments s'utilitzen i quins són abandonades? Característiques nutricionals? Sabor? No. Més aviat, és la facilitat amb que siguin industrialitzats i distribuïts. Llarga durada abans de la venda, maduració artificial controlada, la possibilitat d'aconseguir una producció gran, amb un cost mínim i l'aparença externa, són les característiques principals del model

ideal corporatiu de fruites o vegetals.

La demanda dels consumidors d'aliments amb una millor qualitat i mètodes de producció respectuosos està augmentant la demanda de productes orgànics. El baròmetre de percepció i consum de productes orgànics, elaborat al voltant de 2008 "Pla d'Acció per a Alimentació i Agricultura Ecològica a Catalunya" mostra un increment del 5% d'aquells que consumeixen productes orgànics en l'últim any, i un augment del 14% en els últims tres anys. Entre els entrevistats, el 92% creu que és positiu oferir productes ecològics en menjadors públics (hospitals, escoles, etc.) En el baròmetre citat, el grup de consumidors en el seu conjunt dóna especial importància als aliments sans de temporada, que són naturals i produïts localment.

El model agroalimentari dominant també té alarmants conseqüències socials. És incapaç d'alimentar a més de mil milions de persones. Paradoxalment, la majoria de les persones que pateixen gana són

agricultors, camperols, petits productors—molts d'ells en fallida. El model industrial d'aliments és la causa de la seva ruïna. Milions d'agricultors, camperols, petits productors a tot el món s'han vist obligats a abandonar les seves terres i cultius.



Les grans corporacions s'han adonat del creixent interès en la salut entre els consumidors i desitja explotar-ho. En l'actualitat ofereixen productes amb els quals es compromet a reposar el que hem perdut per les dietes desequilibrades i menjar ràpid—vitamines, fibra, calci i nutrients que ajuden a regular els nivells de colesterol i tenen propietats antioxidants. No obstant això, les estratègies de mercat darrere dels suplementes alimentaris ofereixen informació inexacta i veritats a mig fer.

Per al mercat més informat i exigent, la indústria agroalimentària ha creat un producte més sofisticat. Grans empreses agroalimentàries i cadenes de supermercats han creat línies de productes orgànics que segueixen noves pautes de producció d'aliments (el més important, un mínim de productes químics sintètics). No obstant això, aquests aliments de millor qualitat es produeixen de la mateixa manera industrial, amb alt consum d'energia i degradació de la terra i l'aigua, i mentre prenen en compte el benestar dels animals, no consideren als obrers agrícoles ni camperols que els manipulen. En altres paraules, han canviat certes pràctiques per unes altres que són menys nocives per als nostres cossos i l'ambient, però no ha canviat el mètode essencial de producció que destrueix el planeta, la qualitat alimentària i les comunitats d'agricultors i camperols.

En el mateix sentit, "productes locals" han aparegut al costat dels productes naturals. La creixent demanda de producció local pels consumidors es deriva d'un desig de promoure i protegir les activitats locals i les xarxes de producció locals. La producció local és també important, ja que manté els diners en el circuit local, per la qual cosa té un efecte multiplicador en diners i enforteix l'economia local.

La gran indústria, no obstant això, ha reduït la producció local a un assumpte de milles, distància entre producció i consum, i mai contempla les característiques dels productors ni les estipulacions en els seus contractes, ni tan sols contempla els beneficis generats per a les economies locals. No hi ha límit per a

la mesura en què les grans empreses agroalimentàries (especialment grans distribuïdors) exploten la demanda dels consumidors, despullant-los del seu veritable significat i simplement afegint algunes característiques als seus productes per augmentar les seves vendes.

Els productes amb etiquetes de "comerç just" estan apareixent per tots els passadissos dels supermercats, malgrat l'obvi que hagués de ser, que el comerç sent una relació basada en l'intercanvi de sempre ser just. Aquestes etiquetes emmascaren els veritables mecanismes comercials darrere dels productes, referint-se únicament al preu inicial pagat al productor. El sistema actual de comerç injust és controlat per les regles i les relacions regides per les grans empreses, especialment les grans cadenes de distribució, que beneficien a uns pocs

a costa de tots els altres productors, consumidors i de l'ambient. Promoure genuïnament el comerç just significa enfrontar al sistema com un conjunt.

Hi ha dues lliçons que aprendre d'aquests intents de les grans empreses per apropiarse de l'orgànic, el just, el local i el sa. En primer lloc, aquests esquemes evidencien la importància d'un consumidor conscient i les necessitats de les grans corporacions. En segon lloc, emfatitzen la necessitat de mantenir una visió global del sistema modern d'alimentació amb la finalitat d'evitar ser enganyats en fer-nos pensar que un ambient sa, ecològicament sostenible i socialment just es pot aconseguir per nous nínxols de mercat que només beneficien a les grans corporacions.



3. Creixement Significatiu del Consum Conscient

Moltes organitzacions de consumidors de diversos llocs han establert una causa comuna. Trenta-un organitzacions per un comerç just i responsable han coordinat el "Espai per a un Comerç Just" i declarat:

"L'esforç de les organitzacions en favor del comerç just per importar, distribuir i comercialitzar productes de les organitzacions populars als països del sud, el Sud Global, és només una part de la lluita per canviar les estructures injustes del comerç internacional".

Els veuen la seva lluita com una batalla "per la sobirania alimentària tant en el Nord com en el Sud. Considerem que és una línia estratègica que, lògicament, consolida la nostra alternativa com a grup. Apostem per l'agroecologia en contra de la industrialització de l'agricultura que canalitza tots els beneficis cap a mega-indústries als països del Nord".

Tendències de producció orgànica han considerat la construcció de xarxes de distribució alternatives contràries als mecanismes de mercat dominants actualment. Hem d'avaluar aquestes sobre la base de la sostenibilitat. Les xarxes febles giren entorn de productes i enfocades en la protecció de la seva qualitat, les fortes se centren en el procés, cap a les condicions del treball, el paper de les comunitats rurals, el benestar animal i la conservació (del sòl, biodiversitat i aigua). En un estudi titulat "Identificació i topologia de les possibilitats per al Comerç de Circuit Curt", (Binimelis i Descombes 2010) sintetitzen els següents criteris per a la definició de sòlides xarxes de distribució a Catalunya:

- La idea de la proximitat inclou tant la perspectiva de l'espai (reubicació), així com la perspectiva d'apropar als consumidors i les esferes de la producció, amb el propòsit de re-socialitzar aquests processos.
- El contacte directe és la base de relacions de confiança i cooperació, i productors, fabricadors, consumidors i altres actors han de tenir contacte directe entre si.
- La informació s'entén com la promoció d'espais d'aprenentatge i l'educació sobre els agroaliments, permetent que les decisions es facin de manera autònoma i responsable, empoderant als consumidors.
- Democratització a través de la participació és la capacitat de les persones per participar directament al govern i la gestió dels molts components del sistema agroalimentari.
- La redistribució equitativa del valor agregat en la cadena alimentària és essencial. Les alternatives de circuit curt busquen un comportament econòmic que ens permeti captar el valor agregat i estar més prop de que reflecteixi el cost real de la producció sense perdre la possibilitat d'incloure als sectors amb menor poder adquisitiu.

Xarxes fortes estan creixent en tots els aspectes. Els serveis públics a Andalusia han desenvolupat un programa per servir productes orgànics en menjadors escolars. A Catalunya, la Junta d'Aliments i Cafeteria exerceix una forta influència sobre productors, ecologistes, consumidors i les ONGs

en el procés de producció d'aliments. Els mercats d'agricultors que van ser destruïts pels grans supermercats o envaïts per distribuïdors mòbils d'aliments amb productes de baix cost, d'agricultura industrialitzada i importats, estan a poc a poc reapareixent amb un component orgànic fort. Una nova ona de cooperatives i grups consumidors de productes orgànics ha crescut, provocant un flux als canals de distribució. A Catalunya, en 2003, hi havia només 10 cooperatives actives, avui dia, s'estimen en 130. Això significa que hi ha prop de 4.000 famílies i 12.000 persones participant. Un procés de creixement similar es pot veure en tot el país. La diversitat d'aquestes estructures alternatives en l'organització alimentària, distribució, consum i comercialització, és immensa. Així i tot, comparteixen algunes característiques comunes:

- Es tracta de projectes basats en la confiança entre els productors i els consumidors que mantenen relacions personals estretes més enllà del comerç.
- Treballen amb canals curts en termes d'espai (proximitat), temps (aliments de l'estació), i la cadena de distribució (eliminant intermediaris innecessaris).
- El preu s'estableix a través d'un diàleg sobre les necessitats i possibilitats tant per a consumidors com a productors, i no el puja i baixa dels mercats especulatius.
- Aquestes estructures són estables i eficients a proveir productes frescos de l'horta i fruites, les bases de la dieta del Mediterrani.

- Aquests mecanismes permeten als consumidors i els productors participar i controlar les organitzacions que han estat creades.

L'alternativa emergent al sistema modern d'alimentació pot ser caracteritzada com un arxipèlag d'illes apartades. Cal que superem aquesta fragmentació en l'àmbit comercial i de consum si volem crear un espai significatiu per a l'actè-organització, la solidaritat dels consumidors i el consum conscient, que enfortiran el creixement del sector de consum per recuperar la sobirania sobre els seus aliments.



La recent proliferació dels grups de consumidors és principalment gràcies a la relativa facilitat amb que un petit grup pot trobar un agricultor local per satisfer necessitats bàsiques d'aliments, però aquest enfocament bàsic augmenta el risc de parilitzar la capacitat d'aquests grups per

produir més canvi substancial i transformació. Ens trobem amb que una vegada que molts grups de consumidors i cooperatives resolen els seus problemes bàsics, no volen o se senten incapaços de desafiar a altres aspectes del model dominant de consum i distribució.

Algunes qüestions estan obstaculitzant el creixement del moviment alimentari. Un problema és la dificultat d'analitzar els costos d'una manera clara i transparent. Per exemple, el treball voluntari realitzat pels consumidors i, en molts casos pels agricultors, no es considera un cost. Fins que el sigui, molts projectes romandran limitats per reduït temps lliure dels grups petits.

La visió "voluntarista" de l'autogestió limita l'abast d'alternatives pràctiques a la grandària del grup actual. És alhora causa i efecte del fet que certs treballs tècnics es realitzen en forma rudimentària, la qual cosa significa que el poc temps lliure que existeix es gasta a fer les coses de manera ineficient. El veritable objectiu de l'autogestió es perd a causa de la visió de curt termini i un

ús molt ineficient del treball, els recursos i tecnologies socialment aconseguides. Com a resultat, el treball voluntari que ha de ser la font d'alternatives replicables, i al seu torn una vocació transformadora, es converteix en un factor limitant.

Un altre assumpte és la falta d'una cultura alimentària agroecològica. És difícil per als agricultors establir una relació amb els consumidors que basen el seu consum en l'aparença cosmètica (el "menjar amb els seus ulls" utilitzada per la agroindústria en la seva comercialització). Ara és necessari recuperar una cultura dels aliments que mai va haver de perdre's.

Des del meu punt de vista, el veritable repte per als diferents tipus d'organitzacions de consum alternatiu és complementar-se totalment entre si. Hi ha diverses formes de fer això, fins i tot dins la mateixa organització poden coexistir diferents funcions. Crear una intricada xarxa de cooperatives de consum alternatiu i associacions requereix imaginació, flexibilitat, i esforç conscient de cooperar.

4. Ciutadans abans que consumidors: Què fer?

Si bé és important enfortir i promoure comerç alternatiu al consumidor, no hem de perdre de vista les seves limitacions. Conforme a la teoria neoliberal, els consumidors guien el rumb de l'economia a través de les eleccions que fan en el que compren i com. D'aquesta manera, la compra d'un article és com un vot, expressió de les preferències entre diferents opcions, l'única cosa que importa són les nostres "preferències" en l'elecció

d'un producte o un altre. Amb la finalitat de fer una bona decisió, simplement hem de tenir bona informació (el model exigeix "informació perfecta") i opcions (és a dir, absència de monopolis).

Suposant aquesta teoria neoliberal com a correcta, quan comprem de les empreses que actuen de forma responsable respecte a l'ambient, drets de les dones, drets socials, els pobres, etc., promovem els seus

valors i contribuïm al canvi social. Si la nostra conducta de consum diari (compra i consum no són sinònims) manté els mateixos valors morals, eventualment crearem una economia social i ambientalment responsable. No obstant això, en realitat els sistemes econòmics són difícils de canviar a través de l'elecció del consumidor solament. Per exemple, les meves decisions sobre el transport es basen en les meves restriccions espacials i temporals: el lloc on viu, on treball, el meu horari, les meves opcions de transport, etc. La majoria d'aquests elements estan fora del meu control. Per a canvis en el nostre sistema econòmic és més fàcil influir en els nostres hàbits de consum que al revés.

Per millorar les condicions en què consumim, hem d'analitzar l'anomenada dictadura de l'oferta. En molts camps, els béns i serveis que s'ofereixen estan controlats per grups capitalistes molt poderosos que gasten una enorme quantitat d'energia controlant els nostres hàbits i ajustant el nostre ambient entorn dels seus interessos (per exemple, la destrucció d'àrees dels centres urbans mitjançant la creació de grans centres oci-comercials). Les nostres decisions de consum es basen sovint en condicions fora del nostre control. També hi ha un assumpte quant a la distribució. Com tots sabem, el mercat és un mecanisme d'elecció no democràtic, en el qual uns pocs tenen diversos vots, mentre els altres tenen pocs vots i uns altres no tenen vot. Aquestes desigualtats sobrepassen a aquest efecte individual. Al final, el nostre grup social sovint dicta el nostre comportament i rares vegades veiem el que està succeint fora d'ell. Hem d'adonar-nos que la capacitat de

canviar l'economia mundial a través dels hàbits de consum és molt limitada i no la podem considerar com a eina principal per al canvi.

Cada vegada més les persones que s'estan adonant que no podem continuar amb la dinàmica suïcida d'un creixement econòmic sense control i que acceptarien un estil de vida més frugal, sabent que podrien viure bé, tal vegada fins i tot millor, amb menys béns materials. No obstant això, els hàbits individuals, com l'austeritat, no són suficients. Hem de reconèixer que els canvis en el consum es deriven de canvis profunds en les institucions i estructures que regulen la nostra vida econòmica. La nostra tasca més urgent és aprofitar la bona voluntat dels ciutadans interessats. Hem d'estendre la ciutadania a l'esfera del consum (Sempere 2009). L'acció col·lectiva, democràtica i política hem de convertir-la en una prioritat. Hem de ser ciutadans abans que consumidors. Només llavors podrem començar a crear una agricultura diferent, una cultura de consum diferent i crear un altre món.

L'actual fragmentació dels grups de consumidors i cooperatives emfatitza clarament els problemes que han d'abordar-se. Tot i que molts grups tenen la voluntat de transcendir el treball aïllat i participar en l'acció política col·lectiva, transformar aquesta voluntat en aplicació pràctica és tremendament difícil. Això ha estat demostrat ja una vegada. En 2008-2009, la Campanya Som el que Conreem (Som El que Sembrem) va aconseguir més de 100,000 signatures per pressionar al Parlament català a prohibir l'ús de llavors transgèniques en camp obert.

Els consumidors organitzats han jugat un paper important en la creació i difusió de la campanya. Per desgràcia, aquest impuls no ha tingut estabilitat ni continuïtat. Re-crear aquesta experiència i crear un programa d'acció capaç de mobilitzar a grups de consumidors és el principal repte a implementar tan

aviat com sigui possible. El desig i la voluntat estan aquí. La matèria primera, el vímet, estan allí. Tenim l'esperança en què hi hagi suficient saviesa per teixir una canastra i que aquesta esperança condueixi a l'acció. D'aquesta manera, podem dir que a Espanya, la sobirania alimentària ha començat.



Referències bibliogràfiques

Binimelis, Rosa; Carlos André-Descombes. (2010) *Comercialització en circuits curts: Identificació i tipologia..* Barcelona: Escola Agrària de Manresa i Verloc.

Espacio Comercio Justo (2007) *Abriendo espacio por un comercio justo.* Consultat el 6 de juny de 2007: [www.espaciocomerciojusto.org/index.php?option=com_content & view = article & id = 2%3Amanifiesto-abriendo-Espacio-por-un-Comercio-Justo-&catid = 25%3Aarticulos & Itemid = 28 & lang = es](http://www.espaciocomerciojusto.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2%3Amanifiesto-abriendo-Espacio-por-un-Comercio-Justo-&catid=25%3Aarticulos&Itemid=28&lang=es)

Foro Mundial sobre Soberanía Alimentaria (2007) *Declaración de Nyéléni.* Sélingué, Mali. Consultat el 28 de febrer de 2011:

<http://nyeleni.org>.

Generalitat de Catalunya (2009) *Pla d'acció per a l'alimentació i l'agricultura ecològica 2008-2012.* Barcelona.

Sempere, Joaquim (2009) *Vivir Bien Con Menos.* Barcelona: Icaria.

Pàgines web consultades

Alianza por la Soberanía Alimentaria, La. Consultado el 28 de febrero 2011. <http://www.alianza-soberania-alimentaria.org>.

Espacio para el Comercio Justo. Consultado el 01 de marzo 2011. <http://www.espaciocomerciojusto.org>

L'autor

Xavier Montagut és economista i activista polític especialitzat en comerç internacional. El seu treball com a investigador s'ha centrat en el paper d'aquesta activitat econòmica des del paradigma de la Sobirania Alimentària. És president de la Xarxa de Consum Solidari. Entre els seus treballs destaquen *Alimentos globalizados: Soberanía Alimentaria y Comercio Justo* (amb Fabrizio Dogliotti. Barcelona, 2006), *Supermercados, no gracias: grandes cadenas de distribución, impactos y alternativas* (amb Esther Vivas. Barcelona, 2007), *Del campo al plato: los circuitos de producción y distribución de alimentos* (con Esther Vivas. Barcelona, 2009) i *¿Cambio de rumbo en las políticas agrarias latinoamericanas?* (amb Jordi Gascón. Barcelona, 2010).

L'editor



La **Xarxa de Consum Solidari** és una associació que des de l'any 1996 treballa en l'àmbit del comerç just i el consum responsable. La Xarxa té una visió integral del comerç just que engloba tot el cicle d'un producte: des de la seva producció fins a la seva comercialització. La Xarxa defensa un comerç just amb una voluntat de transformació radical del sistema, que pagui un preu digne al productor, que respecti el medi ambient, els drets de les dones i que subministri aliments sans i adequats culturalment, així com el dret a la sobirania alimentària dels pobles enfront de l'actual control de la cadena alimentària per part de transnacionals agroalimentàries i les grans cadenes de distribució.

Xavier Montagut

Barcelona. Abril de 2012

www.xarxaconsum.org

La producció d'aliments està dominada per un grapat de companyies multinacionals que decideixen què mengem, com es produeix i qui ho produeix. Els resultats són desastrosos : més d'un bilió de persones sofreix gana a tot el món, i alhora milers d'agricultors no poden produir menjar. El model d'agricultura dominant està aniquilant les pràctiques familiars de cultiu que ens han alimentat per mil·lennis al mateix temps que conserven l'ambient. És per això que un moviment de camperols de tot el món està enarborant la bandera de la sobirania alimentària.

Amb el suport de: