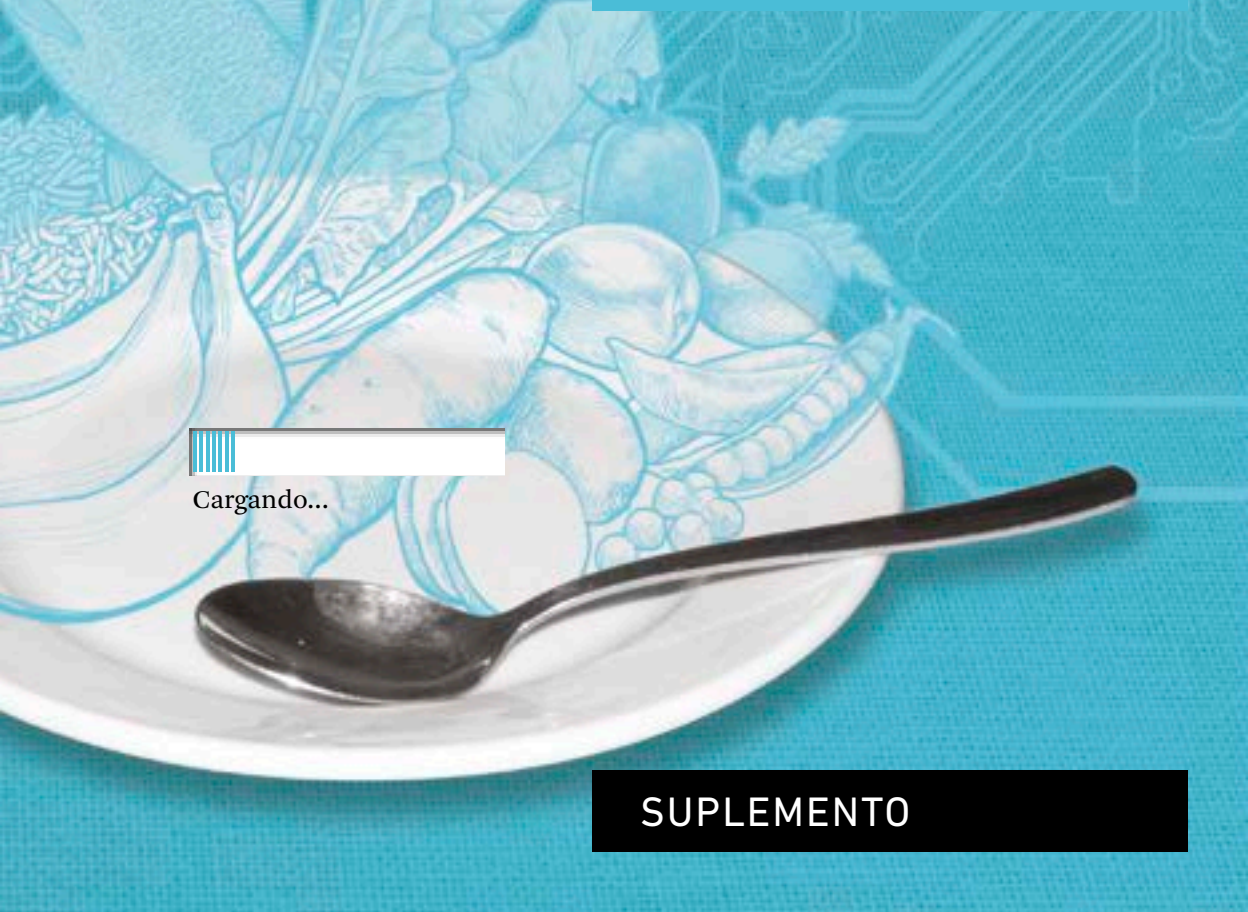
OBSERVATORIO DEL DERECHO A LA ALIMENTACIÓN Y A LA NUTRICIÓN

Alimentos inmateriales: las contradicciones de una era digital



SUPLEMENTO

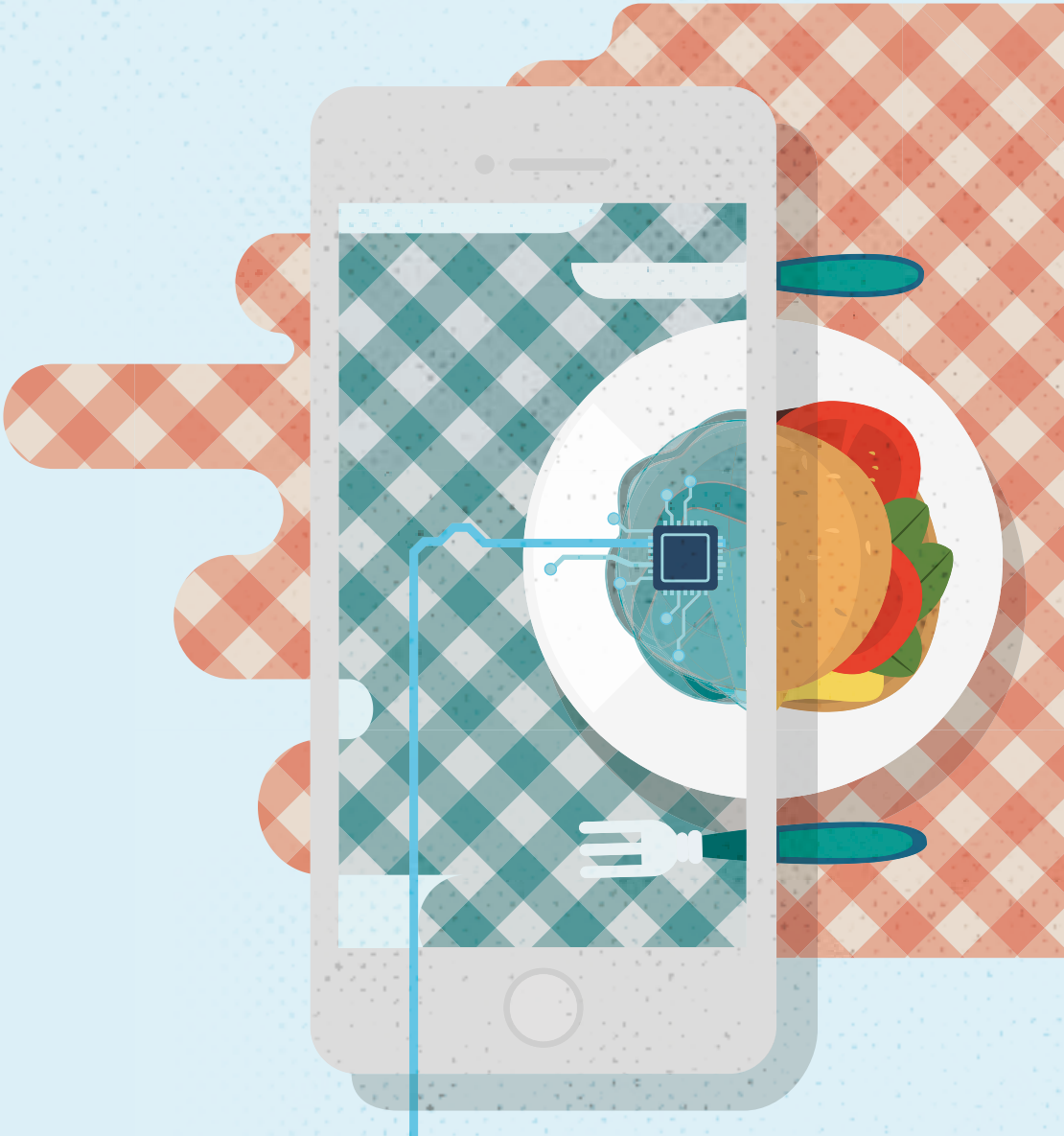
CREANDO LAS CONDICIONES PARA LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

Durante los últimos años, la revolución tecnológica actual ha generado cambios económicos y sociales a un ritmo acelerado. Hoy, con la ayuda de una aplicación, un grupo de activistas puede sensibilizar acerca de una causa social en cualquier otro rincón del planeta, y una agricultora puede activar los aspersores para regar sus cultivos. No obstante, si bien es innegable que los avances tecnológicos están desembocando en una accesibilidad sin precedentes y un sinfín de posibilidades, ¿podemos decir que la era digital está realmente mejorando nuestras vidas?

En el espacio de varias décadas, se ha ampliado la brecha de desigualdad entre las personas más ricas y las que viven en la extrema pobreza. El 1 % más rico de la población mundial posee más riqueza que el resto del planeta, y ocho hombres poseen la misma riqueza que la mitad de la humanidad. Después de varios años de descenso, el número de personas desnutridas en el mundo ha aumentado hasta alcanzar los 815 millones, 38 millones más que en 2015. Los sistemas alimentarios están cada vez más concentrados en manos de un puñado de corporaciones, una tendencia inaudita en la historia de la humanidad.

Tras la profunda y grave crisis acontecida en el capitalismo mundial durante la última década, ahora estamos entrando en lo que se conoce como la cuarta Revolución industrial, que ha generado una fusión de avances tecnológicos físicos, digitales y biológicos que anuncian la transformación de sistemas completos de producción, incluido el sistema alimentario. Sin embargo, esta nueva era de tecnologías emergentes no ha reducido las tasas del hambre y la malnutrición, ni ha mejorado la distribución de la riqueza. Tampoco ha servido para proporcionar un acceso igualitario a los recursos naturales. Es cierto que se ha creado una amplia variedad de herramientas y servicios pero, ¿para qué fin? ¿Quién se ha beneficiado de ellos?

Hay tres fenómenos interconectados relacionados con la alimentación que están marcando nuestra era: la *desmaterialización*, la *digitalización* y la *financiarización*. Los alimentos, que son un componente clave de la vida, la identidad y las relaciones sociales se están transformando en un producto básico inmaterial y en una fuente de datos, lo que abre la caja de Pandora del beneficio para las corporaciones y los mega ricos.



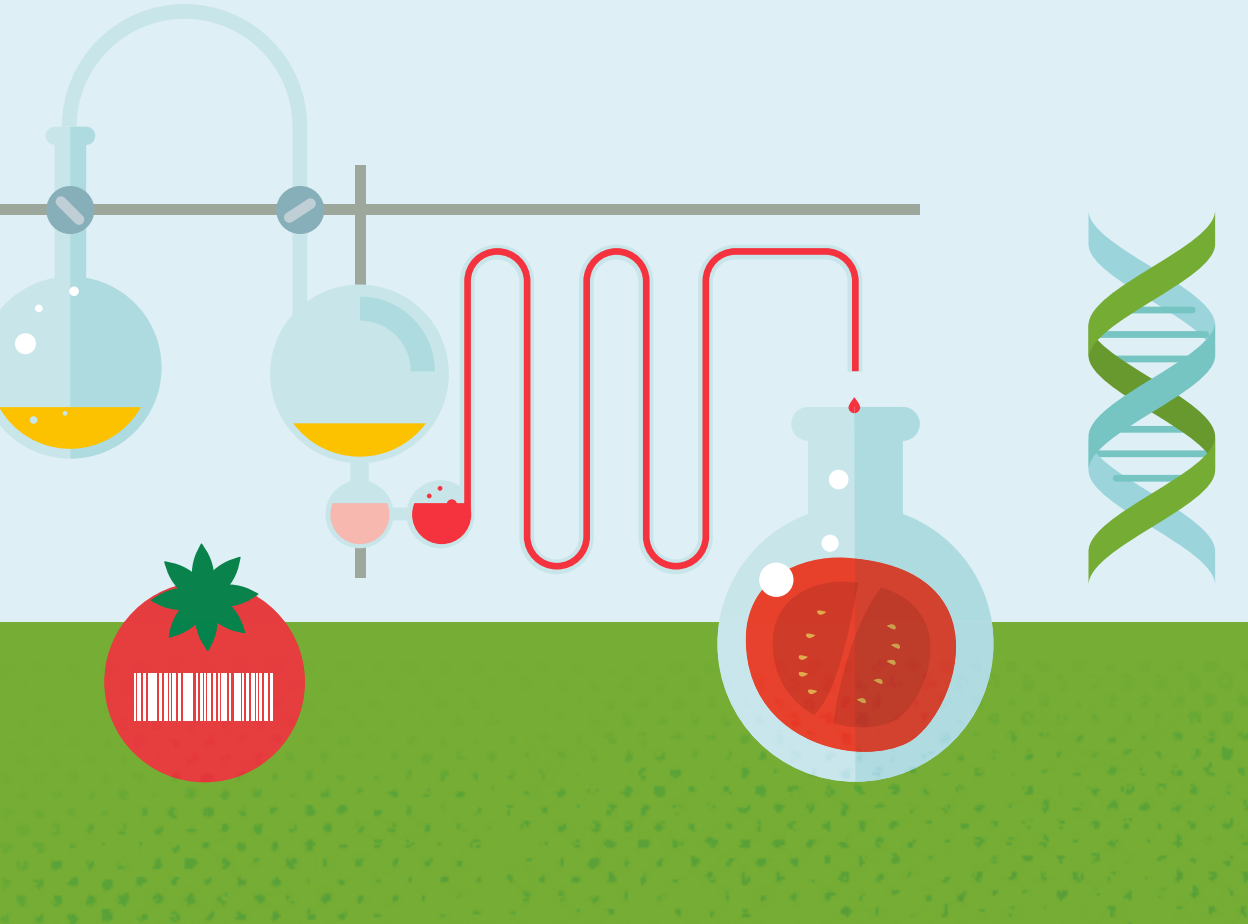
DESMATERIALIZACIÓN

La desmaterialización ocurre cuando el valor del alimento "material" en sí se reduce, pero aumenta el valor de mercado de sus dimensiones llamadas "inmateriales". Con los costos asociados al *marketing,* la distribución y la tecnología utilizada para recopilar datos sobre los y las clientes, puede que estemos pagando tres veces más del costo real del alimento. En otras palabras, de los 50 céntimos que pagamos por un tomate, solo cerca de 17 céntimos puede que estén ligados a su textura, sabor y valores nutricionales, sin mencionar los precios al productor, que son cada vez más bajos.

La publicidad es un gran aliado de la desmaterialización. Algunas de las nuevas modas que influyen en los hábitos alimentarios están generando una noción inmaterial de los alimentos que a menudo no está relacionada con sus cualidades físicas. Esto significa que podemos comprar productos que saben a huevo sin que contengan huevo. Estamos siendo condicionados para dar prioridad a alimentos con sabores reproducidos artificialmente que son fabricados por corporaciones, en lugar de a alimentos frescos, saludables y sostenibles que han sido cultivados por los y las agricultoras a pequeña escala.

Los alimentos siempre han incluido dimensiones inmateriales, como las identidades, las culturas y las tradiciones. No obstante, aquí la diferencia estriba en el cambio de estas dimensiones socioculturales inmateriales de los alimentos hacia componentes intrínsecamente privados y comercializables basados en el mercado. Entonces, ¿qué significa todo esto? Significa que los precios están cada vez más desvinculados de la producción física real de los productos alimenticios, y que incluso puede que su sabor imite algo que ni siquiera es un ingrediente real.

Distintos estudios sugieren que las campañas de publicidad no solo están sesgadas a favor de productos con alto contenido en grasas, azúcar y sal, sino que también alejan a las personas de los alimentos saludables. En Estados Unidos, en 96 horas de máxima audiencia televisiva, los equipos de investigación identificaron 775 anuncios que promovían productos alimenticios con cantidades inadecuadas de 12 nutrientes esenciales. Además, contenían abundantes grasas saturadas, colesterol y sodio que pueden provocar un aumento del riesgo de enfermedades cardíacas, diabetes y derrames cerebrales. Es interesante señalar que la mayoría de estos anuncios suponen que sus productos brindan la fórmula mágica de la felicidad, el amor y un estilo de vida envidiable.



FINANCIARIZACIÓN

La financiarización de los alimentos está relacionada con la función dominante que desempeñan los mercados financieros en la elección de los alimentos que se producen y de qué forma. Se manifiesta por medio de la especulación con productos financieros vinculados a los alimentos, como la soja, o la inversión de capital riesgo en la agricultura, la producción de alimentos, la industria alimentaria y la logística relacionada con los alimentos.

La financiarización de los alimentos también tiene que ver con la transformación de los recursos agrícolas, como la tierra, en activos financieros que pueden ser objeto de adquisiciones y reventas con ánimo de lucro en centros financieros internacionales, por ejemplo, en Wall Street. La tierra se convierte en un producto financiero abstracto en el que se invierte y con el que se especula, es decir, destinado a la compraventa, sin importar las consecuencias para las comunidades locales en las que se cultivan los alimentos.

Entre los años 2000 y 2014, en la región de MATOPIBA, en el noreste de Brasil, la superficie plantada con soja y caña de azúcar aumentó en un 253 % y un 379 % respectivamente. Los fondos de pensiones europeos y estadounidenses invierten en la expansión territorial del monocultivo de productos agrícolas básicos (por ejemplo, soja y caña de azúcar), lo que explica el aumento de los precios de la tierra, además de la toma de control de tierras agrícolas por parte de corporaciones financieras y del agronegocio. Sin embargo, su objetivo en el fondo es la tierra, independientemente de la producción de productos básicos.

DIGITALIZACIÓN

La digitalización ocurre cuando la producción de alimentos se informatiza progresivamente (es decir, se convierte en información digital) y se mercantiliza (es decir, se convierte en una mercancía). Empieza por los insumos agrícolas, como las semillas, que se transforman en objetos digitalizados. Esto puede verse en el caso de DivSeek, un proyecto de recopilación de datos que pretende secuenciar la información genética de las semillas para patentarla, lo que provoca su mercantilización. Este nuevo tipo de negocio está controlado por corporaciones mundiales con el fin de patentar la naturaleza y controlar nuestras dietas. ¿Sabían que en algunos países se está ilegalizando el intercambio físico de semillas reales entre el campesinado mientras que distintas variedades de plantas y razas circulan hoy por el planeta en forma de datos genéticos con más libertad que nunca?

Al tiempo que entran en nuestras vidas el comercio electrónico y la distribución en línea, la digitalización de los alimentos crece sin cesar y empieza a dominar la forma en que los seres humanos obtienen alimentos. Se incita a las personas a creer que el mercado —el lugar físico donde la gente se reúne para comprar y vender alimentos—, con todos sus colores, tradiciones y conocimientos, pertenece a un pasado arcaico. No obstante, esta visión ignora los beneficios que el mercado aporta a nuestras relaciones sociales y economías locales.

En países como India, la concentración del comercio minorista de alimentos en manos de cadenas multinacionales de supermercados está socavando los mercados territoriales, que son vitales para la supervivencia y el bienestar de la mayoría de la población, en especial las mujeres. Asimismo, algunas iniciativas que obligan a las personas a utilizar números de identificación y a cambiar a pagos electrónicos han dañado sus medios de vida. Han demostrado ser desastrosas para cientos de miles de personas rurales que nunca han tenido formas oficiales de identificación, y a las que ahora se les niegan sus derechos jurídicamente reconocidos al trabajo, subsidios para combustibles y derechos a alimentos, y que en algunos casos incluso murieron de hambre.

PARA LA REFLEXIÓN

- ¿Cuáles son los efectos de las nuevas tecnologías y la digitalización en sus vidas y sus comunidades?

- ¿Quién tiene acceso a las tecnologías y quién las controla? ¿Para qué fines?

- ¿Cuáles son las condiciones necesarias para usar las tecnologías de forma que refuercen el derecho humano a una alimentación y nutrición adecuadas y los derechos humanos en general?

- ¿Qué función desempeñan la ciencia y la tecnología en la soberanía alimentaria?

- ¿Cómo democratizar la ciencia y las tecnologías en favor de la justicia social?

- ¿Cuál debería ser la función de las políticas públicas?

- ¿Qué alianzas son necesarias para combatir los efectos negativos de las tecnologías y promover nuestra propia visión de la ciencia y la tecnología?

Ésta es una publicación de la
Red Mundial por el Derecho a la
Alimentación y a la Nutrición

PUBLICADO POR

Pan para el Mundo
Alemania

FIAN Internacional
Alemania

FINANCIADO POR

- Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE)
- Comisión Europea (CE)
- FIAN Internacional
- HEKS/EPER (Ayuda Protestante Suiza)
- MISEREOR
- Pan para el Mundo

Esta publicación ha sido realizada con la asistencia financiera de la Comisión Europea. Los contenidos de la misma son de exclusiva responsabilidad de sus autores y autoras, y no se debe considerar de ninguna manera que reflejen los puntos de vista de la CE.

| **Responsables por la edición** Alejandra M. del Rey y Felipe Bley Folly
| **Traducción al español** Rodrigo Ginés Salguero
| **Revisión de estilo en español** Antonio Morillo Castellanos
| **Diseño** Ian Davidson, Marcela Vidal y Jorge Muñoz

SEPTIEMBRE DE 2018

Entra en el sitio web del *Observatorio del Derecho a la Alimentación y a la Nutrición:*
www.righttofoodandnutrition.org/es/observatorio

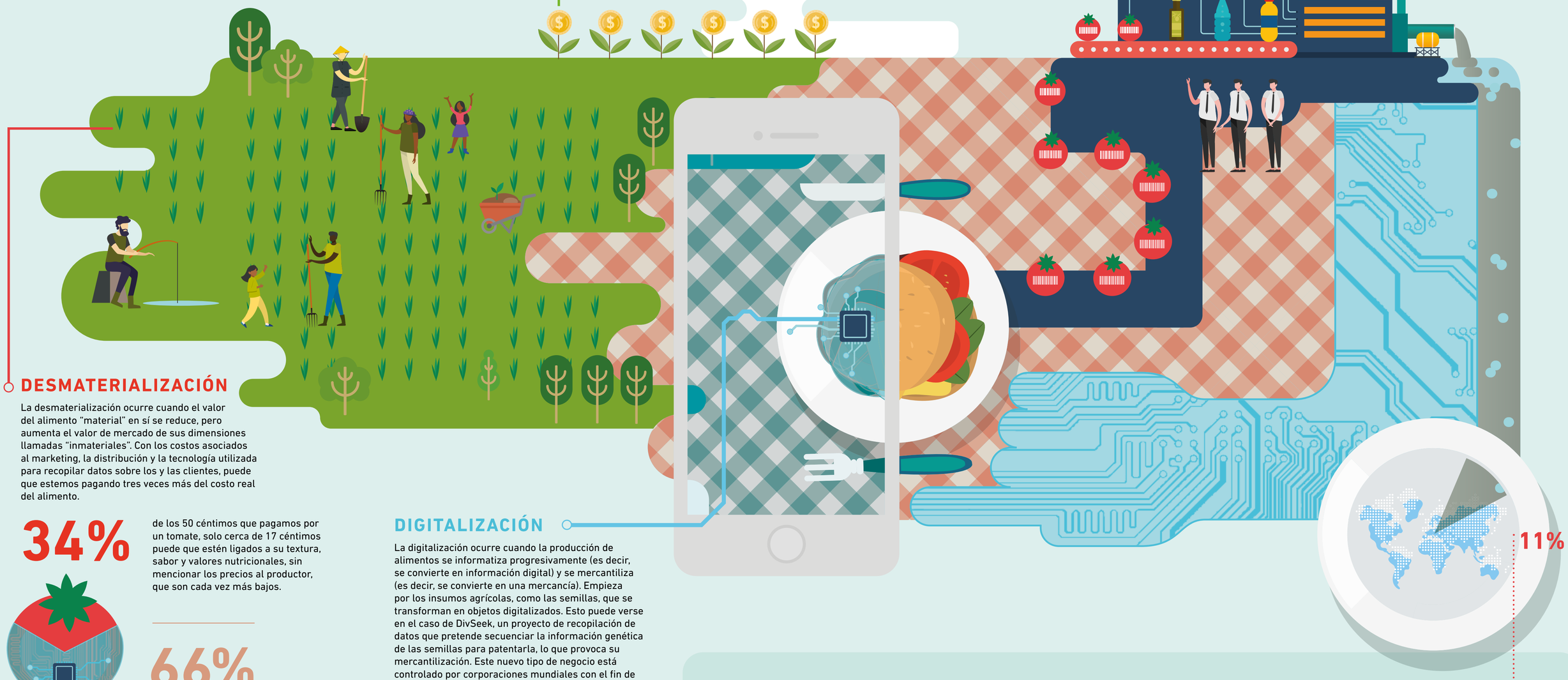
Síguenos en Facebook
y Twitter en *#RtFNWatch*

ALIMENTOS INMATERIALES:
las contradicciones de una era digital

FINANCIARIZACIÓN

La financiarización de los alimentos está relacionada con la función dominante que desempeñan los mercados financieros en la elección de los alimentos que se producen y de qué forma. Se manifiesta por medio de la especulación con productos financieros vinculados a los alimentos, como la soja, o la inversión de capital riesgo en la agricultura, la producción de alimentos, la industria alimentaria y la logística relacionada con los alimentos.

¿Sabías que empresas de bienes raices e inversores han puesto precio al mundo: 217 billones de dólares?



DESMATERIALIZACIÓN

La desmaterialización ocurre cuando el valor del alimento "material" en sí se reduce, pero aumenta el valor de mercado de sus dimensiones llamadas "inmateriales". Con los costos asociados al marketing, la distribución y la tecnología utilizada para recopilar datos sobre los y las clientes, puede que estemos pagando tres veces más del costo real del alimento.

34% de los 50 céntimos que pagamos por un tomate, solo cerca de 17 céntimos puede que estén ligados a su textura, sabor y valores nutricionales, sin mencionar los precios al productor, que son cada vez más bajos.

66% de los costos están asociados al marketing, a la distribución y a la tecnología utilizada para recopilar datos sobre los y las clientes.

¿Sabías que una gran cantidad de campañas publicitarias promueven productos con sabores artificiales que imitan el sabor natural de los alimentos, alejando a las personas de alternativas frescas y saludables?

DIGITALIZACIÓN

La digitalización ocurre cuando la producción de alimentos se informatiza progresivamente (es decir, se convierte en información digital) y se mercantiliza (es decir, se convierte en una mercancía). Empieza por los insumos agrícolas, como las semillas, que se transforman en objetos digitalizados. Esto puede verse en el caso de DivSeek, un proyecto de recopilación de datos que pretende secuenciar la información genética de las semillas para patentarla, lo que provoca su mercantilización. Este nuevo tipo de negocio está controlado por corporaciones mundiales con el fin de patentar la naturaleza y controlar nuestras dietas.

¿Sabías que en algunos países se está ilegalizando el intercambio físico de semillas reales entre campesinos mientras que distintas variedades de plantas y razas circulan hoy por el planeta en forma de datos genéticos con más libertad que nunca?

1%

El 1% más rico de la población mundial posee más riqueza que el resto del planeta, y ocho hombres poseen la misma riqueza que la mitad de la humanidad.

11%

815

millones de personas padecen hambre en el mundo.

¿PODEMOS DECIR QUE LA ERA DIGITAL ESTÁ REALMENTE MEJORANDO NUESTRAS VIDAS?