



ERROR 404

AGRICULTURA TECNOLÓGICA

Propuestas para recuperar
el control de nuestra alimentación



**JUSTICIA
ALIMENTARIA**

ÍNDICE

ENTRE LAS FALSAS SOLUCIONES Y EL MUNDO COMO DATO	3
La tecnología es política	3
El caballo de Troya	5
El mundo como dato	7
Capitalismo digital alimentario	9
LA NECESIDAD DE UNA RESPUESTA AL CAPITALISMO DIGITAL AGROALIMENTARIO	12
ALGUNAS PROPUESTAS	14

Para un análisis detallado de la agricultura tecnificada, la digitalización de la alimentación y sus consecuencias, ver el informe **ERROR 404 ¿Preparados para un mundo sin agricultores?** en: justiciaalimentaria.org



C/ Floridablanca 66-72
08015 Barcelona
www.justiciaalimentaria.org

Autoría: Justicia Alimentaria

Investigación a cargo de: Ferran García (Justicia Alimentaria)

Coordinación de la investigación: Ferran García
y Javier Guzmán (Justicia Alimentaria)

Diseño y maquetación:
puntoycoma.org

Portada: Foto: user6702303 / Freepik.com
Icono: rukanico / Freepik.com

Noviembre 2024

Con la colaboración:



Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero del Ayuntamiento de Barcelona. El contenido de dicha publicación es responsabilidad exclusiva de JUSTICIA ALIMENTARIA y no refleja necesariamente la opinión del Ayuntamiento de Barcelona.



Este libro se distribuye bajo una licencia «Reconocimiento - No comercial», que se puede consultar en creativecommons.org/choose/?lang=es_ES. Está permitida la reproducción de los contenidos de esta publicación, siempre y cuando se cite la procedencia y se haga sin fines comerciales.

ENTRE LAS FALSAS SOLUCIONES Y EL MUNDO COMO DATO



La tecnología es política

Los principales actores que impulsan y se benefician del modelo alimentario predominante han decidido poner en marcha la enésima maniobra de escapismo. Esta suerte de huída intenta sortear el creciente cuestionamiento social de muchos de los aspectos negativos que, ocultos durante mucho tiempo, ahora emergen con fuerza y cuestionan la idoneidad de este tipo de producción, comercio y consumo alimentario. Aspectos que son ambientales, climáticos, de salud o laborales, por ejemplo. Y es que después de casi 80 años, el sistema agroalimentario capitalista ha transformado casi todos los aspectos sociales, económicos, culturales, ambientales y de derechos humanos, y no lo ha hecho para mejorarlos sino todo lo contrario.

La respuesta habitual de este entramado corporativo a las críticas ha sido primero negarlo y luego, una vez acorralado, sacar la carta de la tecnificación. En una especie

de táctica del calamar, se nos lanza la mancha de tinta del progreso técnico para que el cefalópodo pueda huir y seguir con sus tentáculos intactos. Pero decir tecnología (nueva tecnología, mejor tecnología, tecnología avanzada, tecnología eficiente, tecnología inteligente, tecnología limpia, etc.) es no decir nada, o mejor, decirlo todo. **No existe la tecnología en abstracto, existe siempre dentro de un contexto sociopolítico y responde, siempre, a unos intereses.**

Tan a menudo olvidamos esta parte que, casi siempre, ante una nueva tecnología nos preguntamos si es buena, mala o neutra. En realidad, la pregunta y las diferentes respuestas que condiciona ocultan lo importante: toda tecnología es política y la pregunta debería situarse, siempre, en el campo de lo político. **La tecnología será tan buena, mala o neutra (si lo queremos expresar en estos términos) como el sistema socioeconómico que la cree, controle, impulse y utilice.** Es trascendental tener presente que toda tecnología es parte de un proceso histórico y de sistemas profundamente políticos. Es ne-

cesario volver a recordar esto para volver a politizar la tecnología¹. Politizarla significa olvidar la premisa de si es buena, mala o neutra en abstracto y preguntar cosas como:

- ¿Quién decidió que necesitábamos esa tecnología?
- ¿Quién la diseñó? ¿Quién la construyó? ¿Dónde?
- ¿Para quién?
- ¿Qué impactos tiene?
- ¿Quién la implementa?
- ¿De quién es?
- ¿Quién tiene acceso y qué acceso se tiene?
- ¿Quién se beneficia? ¿A quién perjudica?
- ¿Qué prácticas ha alterado o desplazado?

Si miramos a la tecnología bajo este prisma podemos empezar a considerar las tecnologías como procesos que negocian y transforman las relaciones sociales, económicas o ecológicas. En el fondo, las preguntas alrededor de una tecnología son preguntas sobre las relaciones de poder que emergen a través de esos procesos tecnológicos. **Abstraer la tecnología de su marco político e ideológico no solo es hacer trampa sino que es imposible.** La tecnología, como el fuego, no puede existir en el vacío, aunque nos hagan creer que sí.

Pongamos un ejemplo, una de las características más repetidas de la nueva agricultura tecnificada es la precisión: esta *nueva agricultura* es mucho más precisa que la anterior. Y a partir de esa premisa se elabora más y más tecnología bajo ese prisma, se publican cientos de informes, se ponen en marcha decenas de planes y estrategias, se aprueban paquetes de políticas públicas y se inyecta dinero.

Bien, supongamos que es cierto que esa nueva tecnología hace a la agricultura más precisa. ¿Los problemas del actual modelo agroalimentario derivan de su imprecisión? Claramente, no. ¿Para qué quiero yo un destor-



nillador de última generación si mi problema es que mi casa está ardiendo?

La nueva agricultura tecnológica es el rebranding de la misma que nos ha traído hasta el borde del abismo. Su adopción y expansión no soluciona ni uno solo de los problemas que genera, sino que los agrava: más dependencia de un grupo cada vez menor de corporaciones, menos resiliencia, modelos más frágiles y vulnerables, fincas cada vez mayores y más homogéneas, menos diversidad, menos agricultura familiar, menos circuitos cortos de comercialización, más uso de energía, más intensiva en recursos, más alimentos kilométricos, nuevas formas de explotación laboral, menor transparencia, menor control público, y así un largo etcétera.

1 bit.ly/3YCCEf5

El caballo de Troya

Pero hay más. La agricultura hipertecnificada es, además de una nube de tinta de calamar, un caballo de Troya. **Bajo la neblina de la precisión que va a solucionar los problemas se esconde la nueva materia prima que está siendo recolectada, procesada y vendida: los datos.** El caballo de Troya se llama capitalismo digital y está galopando ya por toda la cadena agroalimentaria y más allá.

Miremos un segundo a nuestro alrededor para entender mejor la desposesión que pretende la llamada revolución agrícola 4.0 (o el número que sea) y el capitalismo alimentario de datos. Pensemos un momento en la cantidad de espacios de nuestra vida privada que antes no estaban mercantilizados y que ahora sí lo están. La enorme cantidad de relaciones humanas que antes no formaban parte del *mercado* y ahora sí.

El capitalismo necesita constantemente nuevos sustratos donde crecer, como los tiburones que no pueden dejar de nadar, tampoco el capitalismo puede detenerse. Necesita ampliar sus fronteras en todo momento, lo que quiere decir que necesita convertir algo que antes no estaba mercantilizado en mercancía para posteriormente obtener de ella la plusvalía consubstancial a este sistema. La masiva digitalización de nuestra sociedad es el nuevo sustrato y las corporaciones han encontrado en él un auténtico vergel totalmente impoluto donde expandirse y con altísimas posibilidades de obtener beneficio económico.

La digitalización y la mercantilización de la vida se dan la mano. Es más, esta entrega de vida al mercado se está llevando a cabo de manera *voluntaria* o mejor, alienada, por parte de la sociedad. Cuando hemos escrito *voluntaria* en cursiva es porque las decisiones de entrega de nuestra vida en forma de datos no las tomamos en el vacío sino como parte de una relación de poder asimétrica. Este proceso de captura de datos es un medio de “acumulación por desposesión”² que coloniza y mercantiliza

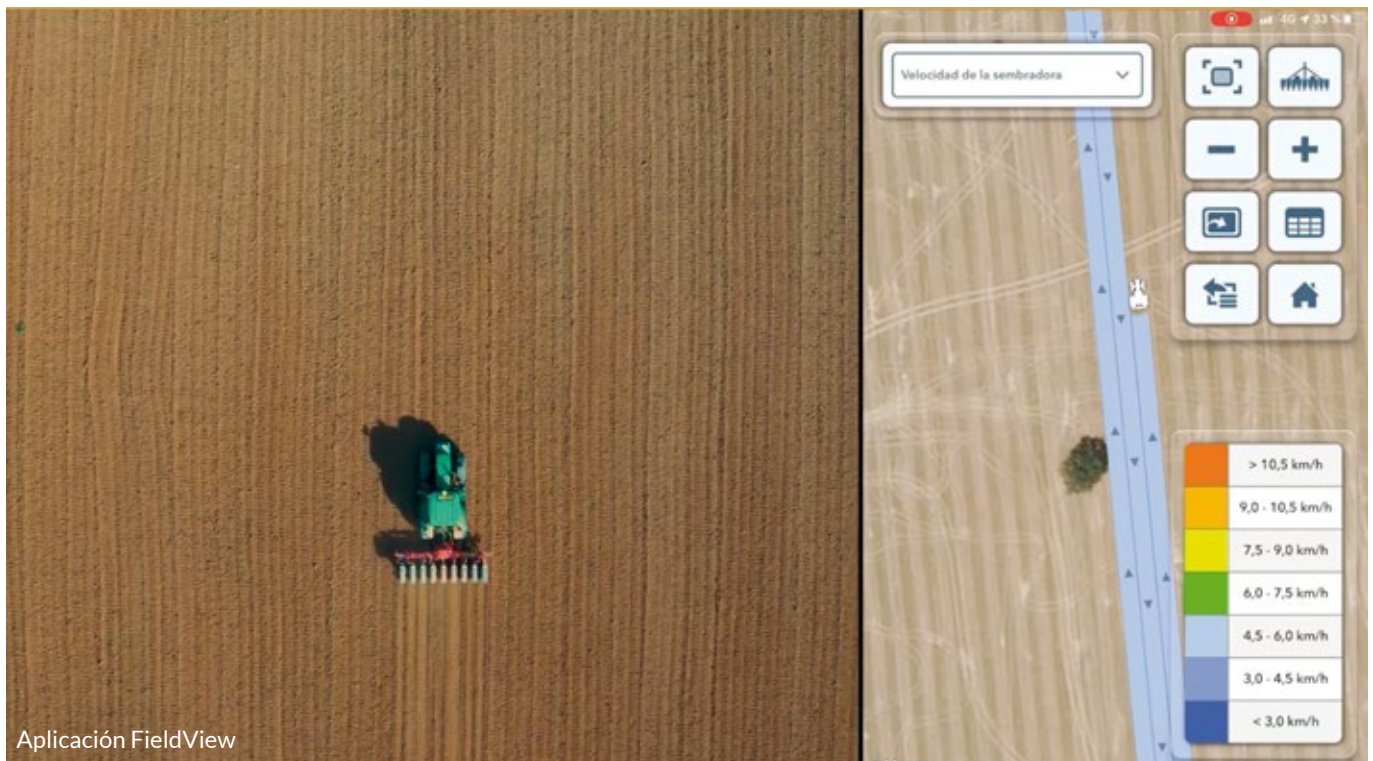
la vida cotidiana en formas antes imposibles. Y todo ello envuelto con el lacito de la modernidad utópica, molona, *cool* y rompedora de un futuro ideal y maravilloso. Esta narrativa posmoderna oculta también, aunque no muy bien, la aspiración empresarial de transformar potencialmente toda experiencia humana e interacción social en datos a ser extraídos.

Los millones, miles de millones o billones de datos individuales se capturan, procesan, ordenan y empaquetan para luego comprarse y venderse. No hay muchas diferencias entre los datos y el petróleo con la salvedad de que el yacimiento petrolero somos nosotras y nosotros. Somos una fábrica andante de datos y trabajamos a destajo gratis.

Como toda plusvalía, la plusvalía de la Red es consecuencia de un excedente de valor, que en este caso aportamos las personas de forma consciente o inconsciente. Es un trabajo 24/7 (se ha generado la presión para estar siempre conectadas) que se hace, también y sobre todo, fuera de la esfera del digamos trabajo clásico y eso es aún más peligroso porque no estamos tan alerta de la explotación constante a la que estamos siendo sometidos. Es una plusvalía que se extrae de la propia personalidad de la persona usuaria, en forma de datos a cambio del acceso a la Red o el uso de alguna de las miles de aplicaciones o programas. Como decimos, las técnicas de procesamiento, almacenamiento y análisis de datos permiten a las grandes empresas de la Red extraer recursos de actividades sociales que antes quedaban fuera de la esfera de lo mercantil. Desde que Marx dijo lo que dijo ha cambiado casi todo excepto las formas de explotación social y ambiental. Estas parece que se mantienen incólumes.

El valor (plusvalor) de estos datos procesados y comercializados es enorme. Los algoritmos entregan a las corporaciones lo que comemos, lo que compramos, dónde, cuándo, porqué, a qué precios, lo que cocinamos, con quién, lo que nos gusta, lo que nos atrae, lo que nos repele, nuestros hábitos, nuestros recursos y aunque la expresión suene a *cuñadismo*, nuestros sueños.

2 bit.ly/408TyMV



Aplicación FieldView

El capitalismo digital (el alimentario que nos ocupa y el resto) tiene, al menos, tres vertientes claras:

- Por un lado el desarrollo de una economía-vida digital que no para de crecer y crecer controlada por una pequeñísima élite corporativa.
- Por otro una suerte de sociedad de vigilancia capitalista permanente (las corporaciones lo saben todo de ti).
- Y finalmente, la obtención de un nuevo producto y mercado: nuestros datos.

Desde compañías aseguradoras, pasando por corporaciones alimentarias o de comunicación, ahora el capital puede diseñar productos, ajustar precios, especular con la naturaleza, crear marcos narrativos o generar marketing ultraeficiente como nunca antes hubiera podido siquiera soñar y todo ello de forma opaca y desregulada.

Los algoritmos, que son uno de los corazones del capitalismo digital alimentario, se caracterizan por su altí-

sima opacidad. Analizan, procesan y condicionan nuestras vidas, pero ni las personas ni ningún poder público sabemos nada de ellos.

De hecho, lo público es totalmente anecdótico en el mundo digital, tanto en las infraestructuras como en los programas informáticos: hardware y software 100 % privados y dentro de la lógica neoliberal. Lo digital es propiedad privada, sí, pero es que además apenas existe regulación en ese nuevo edén del capital. Ha invadido nuestras vidas y comercia con nuestros datos, y ni tan siquiera ha existido el más mínimo debate sobre las repercusiones que tiene y las que va a tener en el futuro. Lo hemos asumido acríticamente y ello es peligrosísimo.

Es más, incluso los gobiernos forman parte de ese entramado y se han convertido no en reguladores o contrapoder del capitalismo digital sino en sus clientes. La Administración (incluidos servicios básicos como educación, sanidad, transporte o comunicación) opera también a través de estas corporaciones.

Existen, como mucho, algunas iniciativas desde lo comunitario basadas en la propuesta del software libre pero, por distintos motivos, son poco más que anecdóticas, volveremos a ello en la parte de propuestas.

Dice un famoso verso de William Ross Wallace, en referencia a la importancia de los cuidados, que la mano que mece la cuna es la mano que gobierna el mundo. Bien, hoy en día, la mano que mece el algoritmo es la mano que gobierna el mundo y la frase es más literal de lo que parece.

La crisis de la Covid-19 aceleró una dinámica preexistente. Netflix y Spotify sustituyeron a las salas de cine y de conciertos. Las oficinas y reuniones se distribuyeron por cientos de miles de hogares conectados por una tupida red de apps y programas como Google Meet o Zoom. La población se vio de golpe inmersa en la obligación de que, para continuar desarrollando una vida social o una actividad profesional, disfrutar del ocio y de la cultura o recibir educación, debía aceptar las condiciones y los términos impuestos por grandes corporaciones tecnológicas.

El mundo como dato

El mundo deviene dato³: nuestras comunicaciones personales, nuestra opinión más reciente, las vacaciones del último verano, la fotografía de nuestros hijos, el último concierto, el resfriado de ayer. Que el mundo devenga dato no solo significa que casi cada instante sea registrado, cuantificado, procesado, almacenado y vendido; significa, también, que nos viene dado. Las tecnologías no solo mercantilizan el mundo, también lo crean y nos lo imponen.

Las plataformas digitales, con sus algoritmos y artificiales inteligencias, performan una realidad con sus sugerencias, prescripciones y prohibiciones, visibilizaciones e invisibilizaciones, relatos y contrarelatos. Quienes las controlan, las corporaciones, mercantilizan la vida y crean pensamiento tanto personal como colectivo.

Las plataformas tecnológicas son los nuevos medios de producción; los datos, el recurso clave; el mundo y nuestras vidas, la fuente de la que extraerlos y sobre la que aplicarlos. La capacidad de gobernar e influir en procesos sociales (de la comunicación al conocimiento) sobre la base de tecnologías y datos, lo que se ha denominado “datacracia”, es el reverso complementario de la datificación y este fenómeno tiene múltiples consecuencias, tanto económicas como políticas.

El núcleo de la sociedad digital realmente existente es un entramado monopolista que permite a inmensas empresas privadas controlar infraestructuras fundamentales tanto de la actividad productiva como de gran parte de la vida cotidiana. Sin la liberalización de los flujos especulativos de inversión, grandes plataformas tecnológicas como Google, Facebook, Uber o Amazon no existirían tal y como las conocemos (la vinculación entre la economía especulativa y el capital digital es muy estrecha).

Sin el radical socavamiento de los bienes comunes, de lo público, y la privatización de infraestructuras clave de Internet no hubiera sido posible el modelo actual. Sin el debilitamiento causado a las organizaciones sociales, sería inimaginable la precarización laboral extrema de las personas que trabajan para Amazon o Deliveroo, por poner un ejemplo. La enorme transformación tecnológica en la que nos hayamos no hubiera sido posible sin el desvanecimiento del proyecto de la izquierda.

Lamentablemente, no podemos hacer otra cosa que constatar que apenas hay disputa por parte de la izquierda al capitalismo digital, al menos no al nivel de elaborar propuestas hegemónicas e intentar llevarlas a la práctica. Pero si la izquierda no se reencuentra con el mundo tecnológico, no habrá un futuro de izquierdas porque el mundo hipertecnificado en el que estamos no va a desaparecer. Por el momento, a lo más que se dedica es a la demandada regulación y eso está bien y es necesario, pero solamente eso no nos va a sacar del lío en el que estamos. Lo que hace falta es un proyecto político más ambicioso, que redefine por completo el proyecto de una sociedad más justa, equitativa, social, ecologista y feminista para el siglo XXI.

3 bit.ly/41rJFdj



Las grandes empresas de Internet se han visto beneficiadas por la desregulación o, mejor dicho, por la regulación neoliberal. La falsa idea auspiciada por el aparato de propaganda neoliberal de un Estado débil y limitado colisiona con la realidad. El estado neoliberal y su intervención en el mercado se ha incrementado precisamente para apoyar la concentración empresarial, privatizar servicios públicos y establecer las bases que transfieran y debiliten aún más las rentas del trabajo en beneficio del capital y su sociedad de control.

El mundo digital ha sido, para el capital, como encontrar un nuevo planeta deshabitado, el problema es que sí lo está y somos nosotros y nosotras sus habitantes.

El capitalismo digital propone una reorganización del capital y el trabajo basada, por un lado, en el uso extensivo de tecnologías automatizadas y de vigilancia y, por otro, en la proletarización radical de las personas trabajadoras de las plataformas digitales. Porque, como decíamos antes, aunque las tecnologías han cambiado profundamente, el objeto central de los debates de la economía

política contemporánea siguen siendo, básicamente, problemas clásicos⁴: ¿quién posee los medios de producción?, ¿quién organiza las relaciones productivas?, ¿en base a qué intereses?, ¿siguiendo qué modelos?, ¿persiguiendo qué fines?

No hay armonía posible entre los seres humanos y las demandas del capitalismo 24/7 días a la semana⁵. La Red se convierte en una plataforma comercial sin límites espaciales ni temporales y ello nos enfrenta a un desafío mayúsculo.

Hay dos lecciones que el capitalismo no se ha cansado de ofrecer. La primera es su plasticidad, su adaptabilidad, una extraordinaria capacidad de hacer de sus conflictos y contradicciones oportunidades para dar un salto adelante, una nueva acumulación. La segunda es más sencilla, menos académica, pero de una dimensión práctica innegable: nunca lo subestimes⁶.

El capitalismo digital ha permitido a las corporaciones reconfigurar modelos de negocio tradicionales (la agricultura hipertecnificada es un ejemplo) pero también el desarrollo de modelos de negocio desconocidos hasta la fecha. Las plusvalías que se han generado con estas operaciones han logrado que compañías nacidas a su amparo se hayan convertido en las primeras del mundo y ello nos indica la suprema importancia que tienen los datos hoy en día para el capitalismo.

Se pueden distinguir dos vías de extracción de plusvalía de la Red. La primera es la que transforma al ser humano en una fuente de datos que es comercializable. El producto somos las personas, nuestra vida es una agregación de comportamientos y decisiones que son monetizables. Su desarrollo se ha realizado en gran medida, aunque no solo, en las redes sociales.

La segunda sería mediante lo que se ha denominado, de forma errónea o interesada, economía colaborativa,

4 bit.ly/3XfRLn0

5 24/7 El capitalismo al asalto del sueño. Crary, J. (2015), Ed. Ariel

6 bit.ly/3XfRLn0

cuyo desarrollo en los últimos años y sus efectos han sido espectaculares. No solo ha encontrado nuevos nichos de negocio sino que se ha apropiado de aquellos tradicionalmente ocupados por pequeñas producciones.

El éxito del capitalismo de plataforma⁷ ha supuesto hacer de la intermediación virtual un gran negocio. Las plataformas de intermediación de servicios como el taxi, los alojamientos o la comida a domicilio defienden que obedecen a la idea de facilitar el contacto entre particulares. La realidad nos está mostrando que básicamente son herramientas para la precarización y vulneración de las normativas y legislaciones, ya que no se trata de una mera intermediación, como han dejado claro algunas resoluciones judiciales tanto a nivel nacional como europeo, sino que van mucho más allá. Parte de este tipo de empresas fueron analizadas en nuestro informe sobre explotación laboral *El ingrediente secreto*⁸.

Hay una cosa importante respecto al capitalismo digital alimentario. Estas nuevas formas de obtención de plusvalía no implican que el capitalismo haya abandonado las demás. Sería incorrecto e ilusorio pensar que el modelo económico hegemónico ha abandonado las formas más convencionales o tradicionales de explotación. Se continúa explotando a la antigua y precarizando a lo clásico, se continúa destruyendo ecosistemas y contaminando el medio ambiente, se continúa afectando negativamente a la salud y se continúa aniquilando los sistemas alimentarios locales. **El capitalismo digital alimentario se superpone al analógico, no lo sustituye.**

Además, el nuevo capitalismo que encarnan se apoya en (e intensifica) el proyecto neoliberal de desregulación económica, privatización de lo público y explotación corporativa de los recursos.

En definitiva, hay, a nuestro parecer, tres cosas claras:

- La primera es que se está construyendo un nuevo orden mediante la extracción continua de datos de nuestra vida social. Es la vida humana misma la que se está apropiando para poder anexarla directamente al capital como parte de una reconstrucción del sistema. La datificación de la sociedad (y de la alimentación), esto es, el transformar las actividades humanas en datos y luego apropiarse de ellos, es ya un hecho y puede tener tanta importancia y tantas repercusiones como tuvieron las apropiaciones llevadas a cabo por el colonialismo histórico en beneficio de las economías capitalistas.
- La segunda es que esta apropiación no ocurre de modo natural, sino que requiere una gran cantidad de intervención política (o ausencia de ella).
- La tercera es que parece que no hay una alternativa desde la izquierda, suficiente y eficazmente construida.

Capitalismo digital alimentario

Si nos circunscribimos al ámbito agrícola, la agricultura era un sector eminentemente analógico, ahora se busca convertirlo en digital, es decir, convertirlo en datos. Estaban los campos, las granjas, las cosechas, los animales; ahora, a través de la digitalización y automatización agrícola, se va a traducir esa realidad a datos, la nueva mercancía, y un puñado de corporaciones van a comerciar con ellos. Cada vez, de hecho, el agronegocio genera más ingresos por las cosechas de datos que por las de alimentos. ¿Cómo y para qué se usan esos datos? **Los usos de los datos recolectados son prácticamente infinitos pero uno de los más claros es la especulación en el mundo financiero.**

Saber, en cada momento, cómo están las cosechas presentes y futuras, cómo está el clima, en qué lugares hay más productividad, en qué lugares las tierras son mejores, dónde hay más reserva de agua, dónde se

7 Platform capitalism (theory redux). Srnicek, N. (2016). Cambridge: Polity Press.

8 bit.ly/3XCRzyv



comportan mejor según qué cultivos, dónde se prevén conflictos, qué alimentos son más demandados y dónde, etc. es información valiosísima para el capitalismo financiero especulativo, que puede actuar sobre los componentes agrícolas como nunca antes lo había podido hacer (y mira que lo ha hecho). Y todo eso, al margen de los intereses del campesinado o de la sociedad en general. Buena parte de esos datos son nuestros pero se los hemos entregado.

El capitalismo digital alimentario sigue más allá de los campos, a través de los procesos de transformación, distribución y, cómo no, consumo. Toda nuestra actividad relacionada con la alimentación está ya datificada, procesada y mercantilizada, y todo ello sin apenas control público. Desde nuestros gustos y hábitos alimentarios, a nuestras respuestas conscientes o inconscientes a determinados impactos publicitarios, pasando por nuestras variables socioeconómicas y nuestro gasto alimentario, hasta las proyecciones de nuestra esperanza

de vida y días perdidos de salud; todo ello se activa, recopila, analiza y vende cada vez que interactuamos con el mundo digital. Y no solo cuando pedimos comida a domicilio usando una aplicación o compramos *online* en el súper o le damos un *like* a una publicación de una persona *influencer* que tiene una bolsa de patatas fritas en la mano o a la que va al gimnasio y antes se toma un batido proteico, sino siempre y en todo momento.

Y si hay algún grupo especialmente vulnerable, es la población infantil y juvenil; y si hay un actor especialmente relevante en esta recopilación de datos alimentarios y en el marketing digital para este grupo poblacional, son los llamados *influencers*.

Tenemos que dejar de ver el mundo *influencer* como un nuevo canal de comunicación y entretenimiento, y empezar a verlo como lo que es: un canal de marketing y captura de datos. Ya hemos hablado de la captura de datos por lo que respecta a la vertiente marketing, pues el mundo *influencer* es, en su mayor parte, una de las herramientas de marketing más poderosas que utilizan las corporaciones alimentarias y grandes cadenas de distribución para vendernos sus productos. El resto es humo y brillantina. Una de tantas herramientas, podríamos pensar, y sí, es cierto, es una de tantas, pero esta es especial por tres razones:

- Es una de las más potentes, especialmente hacia un grupo poblacional vulnerable como es la población infantil y juvenil, debido a su puntería (llega exactamente adonde la marca quiere llegar) y su capacidad de persuasión.
- Es un tipo de marketing más enmascarado, oculto y sutil, de alguna manera es menos honesto que el tradicional y por ello tiene más capacidad de hacer daño.
- Es una práctica que está claramente infrarregulada.

La publicidad y el marketing se parecen mucho a los hongos. Estos seres eucariotas, en condiciones de humedad y temperatura adecuadas, se extienden por cualquier superficie orgánica. Así también, cuando aparece un área nueva de interacción humana, en este caso las re-

des sociales, las empresas extienden sus hifas invisibles bajo ella para vendernos sus productos.

En las últimas décadas nos hemos vuelto *compatibles* con un amplio conjunto de tecnologías digitales, entre las cuales destacan los dispositivos móviles de comunicación e *información*⁹. Con una rapidez sorprendente, hemos aprendido a vivir en las pantallas y en contacto permanente con los demás a través de ellas. Hoy las redes atraviesan todas las paredes y, con una eficacia inusitada pero todavía perturbadora, ponen en cuestión –o incluso hacen estallar– la dinámica de casi todas las instituciones modernas, desde la escuela hasta la familia¹⁰. Nos hemos convertido, finalmente, en *cyborgs* (mitad humanos, mitad máquina) y no hemos necesitado (de momento) ningún implante ni sustitución orgánica, somos *cyborgs* porque hemos añadido a nuestros apéndices y sentidos uno nuevo: la pantalla y sus contenidos. El ser humano, en su inmensa mayoría, ya no puede dibujarse como antes, ahora a la silueta clásica del *Homo sapiens sapiens* hay que añadirle un objeto: el teléfono móvil.

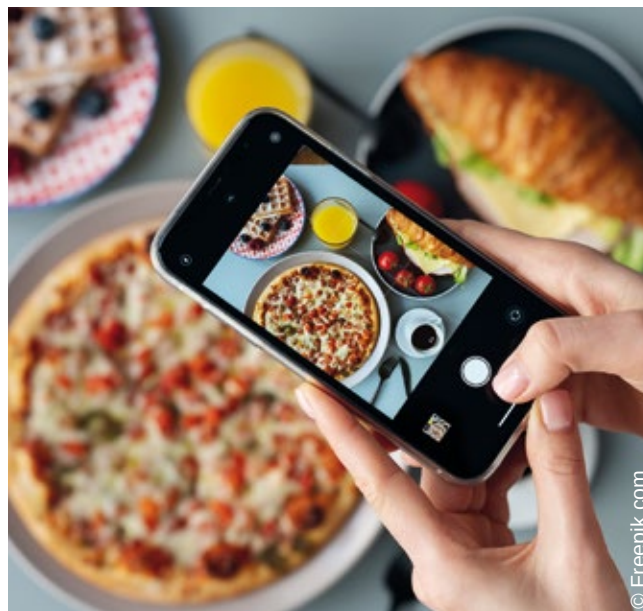
Esas pantallas oscuras (como las define acertadamente la serie *Black Mirror*) no son implantes, de momento, pero sí explantes. Se han implantado en nuestro cuerpo y mente desde el exterior, pero se han implantado.

Según la antropóloga Paula Sibila, algunas características de la subjetividad moderna (la percepción del yo y del yo en el mundo) se están transformando a la velocidad de la luz en sintonía con el uso intensivo de las nuevas tecnologías. Esos cambios también afectan a las concepciones y vivencias corporales, desde la salud hasta el trabajo, desde la ideología hasta las emociones, desde los sueños hasta la manera de andar o mirar las cosas, redefiniendo los horizontes de posibilidades y las

capacidades de imaginación o acción de los sujetos contemporáneos.

Las redes sociales están creando un nuevo orden social, transformaciones en los modos de ser y estar en el mundo, en sintonía con las nuevas modalidades de comunicación e información, y con los diversos estímulos del capitalismo contemporáneo. Desde la exhibición de una o uno mismo en las redes informáticas y el tipo de sociabilidad que esas prácticas propagan (la importancia de la mirada del otro, el *show* del yo, el yo como producto comercial), hasta la influencia de los medios de comunicación audiovisuales e interactivos en la propagación de ciertos modelos, valores, creencias y prácticas, por poner solo algunos ejemplos¹¹.

En definitiva, las redes sociales están teniendo un impacto TOTAL en la vida humana, especialmente en las generaciones más jóvenes, y por ello es imprescindible analizarlas y mostrar algunos de sus efectos pero, sobre todo, intervenir en ellas desde lo público antes de que sea demasiado tarde.



9 Ponemos en cursiva la palabra *información* dado que se trata de un concepto polisémico, con definiciones distintas en función del contexto epistemológico del que se trate. No todo el mundo entiende lo mismo por *información* y a veces se utiliza *información* como sinónimo de *verdad*, lo cual dista mucho de ser un consenso en todos los casos.

10 bit.ly/4hOQLOP

11 bit.ly/4hOQLOP

LA NECESIDAD DE UNA RESPUESTA AL CAPITALISMO DIGITAL AGROALIMENTARIO



Como comentábamos anteriormente, **los efectos y mecanismos del capitalismo digital alimentario son evidentes pero apenas están siendo denunciados en la agenda pública**. Al contrario, parece existir un silencio realmente atronador. Se ha asumido de manera acrítica y sin debate público la digitalización y mercantilización de la vida.

Sin un programa político adecuado, sin las herramientas de disputa social adecuadas, no puede haber futuro digital justo, equitativo o democrático posible. Parece claro que se debe combinar la crítica de la digitalización neoliberal con la lucha por un mundo digital diferente, con otros atributos a los capitalistas.

Pensemos un momento en un servicio público tan interiorizado en nuestras vidas que a menudo nos olvidamos de él: las bibliotecas públicas. No fue para nada evidente,

en su momento, la necesidad de crear unos espacios públicos abiertos a todos los miembros de una comunidad, en los que la ciudadanía pudiera acceder gratuitamente al conocimiento y la diversión asociados a los libros. Hubo que batallararlo. Imaginemos que un día se decidiera, desde los espacios de poder neoliberal, que la cultura o la lectura deben dejar de tener cobertura pública porque la educación, la información o el conocimiento ya no son derechos humanos. Imaginemos que se deje de considerar que la promoción de una sociedad formada y crítica es un deber de los poderes públicos, que el conocimiento y la información no tienen porqué ser accesibles para toda la sociedad sin importar su clase social. Imaginemos que se decida que nada de eso importa y que lo público no pinta nada ahí. Quien quiera un libro, que se lo compre. Quien quiera formarse, que pague.

Si eso ocurriera, las bibliotecas públicas desaparecerían pero su lugar sería ocupado por otra cosa. En un primer momento de privatización ese edificio público donde hasta ese momento se ofrecía un servicio de préstamos gratuito y universal, igual sería un inmenso local lleno de librerías privadas a las que se les daría la completa y libre gestión de la venta de libros.

Con el paso de los años, quizás, el mundo donde existían librerías públicas se olvidaría y ya no se recordaría, tan siquiera, lo que es una biblioteca pública. Hablar entonces de espacios que dieran un servicio público porque no toda la gente puede comprarse todos los libros que quiere o necesita en las tiendas privadas o igual no encuentra lo que quiere porque ahí siempre hay lo mismo, sonaría a jerga revolucionaria peligrosa. Y sería fácil, demasiado fácil, olvidar que antes la educación y la cultura eran un derecho, y que en esos espacios no solo se prestaban libros, que las bibliotecas eran mucho más que eso, que preservaban el patrimonio cultural, que contribuían a la alfabetización, al aprendizaje, que eran espacios diversos e igualitarios, que facilitaban el acceso a contenidos, tecnología e Internet, que organizaban actividades culturales y eran una fuente de entretenimiento, y que creaban comunidad, entre otras muchas cosas.

Con ello queremos decir que una vez que se pierde materialmente un derecho cuesta mucho, pero mucho, recuperarlo. Es más, que una vez que se pierde materialmente, se pierde también en la narración, en la memoria, y este segundo aspecto es quizás aún más importante.

Cuidado con ir perdiendo derechos fundamentales a través del capitalismo digital porque luego costará mucho revertir la situación.

Este escenario descrito no es más que un capitalismo clásico, en el digital todavía se daría otra vuelta a la tuerca y la alternativa neoliberal consistiría en ofrecer a la gente dispositivos lectores de libros electrónicos de cinco compañías digitales y cargarle una colección de libros que esas cinco compañías han decidido, nada más, y capturar todos los datos generados para devolverlos en forma de marketing ultraselectivo y generación de cultura y pensamientos corporativos.

El Estado social se basa en la premisa esencial de que determinados servicios son tan trascendentes para el bienestar de la gente y la solidaridad social que requieren su desmercantilización: es el caso de la atención sanitaria, la educación, el transporte y algunos otros. No obstante, el capitalismo ha logrado ya penetrar en las esferas más íntimas de nuestra existencia. Se está mercantilizando cada componente de nuestra vida cotidiana y cada interacción con otras personas o instituciones políticas y, no solo los seres humanos, se está también mercantilizando y digitalizando cada aspecto e interacción del medio ambiente. Debería haber habido un contragolpe hace tiempo, pero de momento no hay nada.

Hace falta politizar decididamente el mundo digital y decidir colectivamente de qué modo queremos avanzar en este nuevo terreno de disputa. Por ejemplo decidiendo qué parte de la vida se quiere hacer digitalmente y cual no, ya que la digitalización no es siempre deseable ni inevitable. Debemos conocer cuáles son los mecanismos y herramientas del capitalismo digital, sus impactos en términos de vigilancia, concentración de poder, mercantilización, etc., y decidir en consecuencia sobre sus usos; reconocer las diferentes formas de pensar y hacer tecnologías y avanzar en tecnologías populares y de control público, partenariados publico-comunitarios, hardware y software públicos; construir herramientas legales, tecnológicas y socioeconómicas con las que la ciudadanía pueda recuperar el control de sus datos y generar un mayor beneficio común para la sociedad en general.

Un modelo diferente de sociedad red exige:

- Generar alternativas a las plataformas corporativas (del hardware al software), cuyo diseño y operación está actualmente guiado por la acumulación de capital y de poder.
- Bloquear el extractivismo de datos.
- Configurar alternativas a la aplicación de la supervisión y la supervolición como mecanismos clave de la organización social.

ALGUNAS PROPUESTAS

Hace falta partir de la idea de que la propuesta AgroTech es una solución *fake* que impulsan las mismas corporaciones agroalimentarias que han generado los problemas actuales, y que forma parte de un capitalismo de datos que se extiende por toda la cadena alimentaria.

1.

Teniendo en cuenta que los datos alimentarios son una nueva y potente mercancía (equiparable a la tierra, las semillas o la energía), pero que también son una parte esencial de nuestra existencia (como la educación, la sanidad o la necesidad de información), el hecho de que estén en manos totalmente privadas es, ya de por sí, un riesgo social enorme. Pero si además, esas manos están básicamente desreguladas y operan en la oscuridad y la falta de transparencia, y encima actúan en forma de oligopolio altamente concentrado, el riesgo se incrementa exponencialmente.

Nos guste o no, los datos ya son extremadamente importantes en nuestras sociedades, pero en breve (si no lo son ya) se van a convertir en imprescindibles. ¿Vamos a dejar, como si nada, un elemento imprescindible para la existencia humana en cuatro manos privadas? **¿Nos parece normal que todos los datos agrícolas y alimentarios, toda nuestra vida alimentaria, esté en manos de personas como Elon Musk, Mark Zuckerberg o Jeff Bezos? >>>**

> En vista de todo ello, es necesario:

- **Que nuestros datos agrícolas y alimentarios sean valorados como un activo social fundamental y considerados un bien común.** Ello requiere protegernos, desde lo público y comunitario, ante este nuevo capitalismo digital alimentario. Hace falta desplegar elementos como el acceso y escrutinio públicos, así como los marcos normativos necesarios que permitan protegernos frente a la captura y uso opaco y desmesurado de esta nueva mercancía que son nuestras vidas alimentarias en forma de datos.
- **Potenciar las herramientas digitales de código abierto, participativas y comunitarias.**
- **Proteger a la sociedad a través de las políticas públicas adecuadas** que regulen la actividad de las empresas del AgroTech y de las que operan con nuestros datos alimentarios. No solo necesitamos herramientas públicas y que lo público-comunitario se despliegue por el campo de la agricultura y alimentación digital, es necesario **impulsar la transparencia en las corporaciones de la agricultura y alimentación digital**, sacando de la opacidad tanto los algoritmos como los sistemas de captura y control de datos, sus usos y sus rutas de compra-venta, de la misma manera que se opera con cualquier otra materia prima. Si los datos son buenos para mercadear con ellos, son buenos también para que se apliquen las mismas regulaciones de trazabilidad y control que con cualquier otro producto sensible socialmente.
- Crear, impulsar y proteger una **agricultura y alimentación digital público-comunitaria**, garantizando la **inversión pública** en las diferentes infraestructuras imprescindibles para que operen adecuadamente.
- Elaborar una **Ley de agricultura y alimentación digital**, que incorpore el acceso público y el control de los datos, así como la presencia y expansión de lo público-comunitario en las herramientas e infraestructuras digitales de alimentación.

2.

Dado que muchas de estas empresas operan en régimen de fiscalidad *dudosa* y que, en palabras del Consejo de la UE, los beneficios procedentes de las actividades digitales a menudo no se gravan en la jurisdicción del mercado (es decir, el país en el que se encuentran las personas usuarias y las consumidoras) >>>

> Es necesario:

- **Impulsar una fiscalidad justa de la economía digital alimentaria.**

3.

Vistas las graves repercusiones negativas que la agricultura hipertecnificada representa a nivel social, ambiental y de modelo agrícola y alimentario, poniendo en jaque a las producciones agrícolas familiares, diversificadas y con vocación de mercados locales >>>

> Es necesario:

- **No dar apoyo público a la agricultura hipertecnificada y, en cambio, proteger, potenciar y favorecer los sistemas alimentarios locales de producción familiar.**

Así, por ejemplo, reorientar la Estrategia Nacional de Alimentación que se está redactando para proteger adecuadamente al campesinado y la ciudadanía de los riesgos de la agricultura y alimentación digital controlada por el agronegocio. Especialmente los puntos 19, 20 y 21 de la misma deben asegurar el desarrollo de herramientas público-comunitarias, la protección frente a las corporativas y la apuesta decidida por una agricultura y alimentación menos dependiente del agronegocio, más diversa social y ambientalmente, más orientada a los mercados locales y no a la agroexportación, y más resiliente en un momento de alta volatilidad climática y geopolítica.

4.

En el ámbito del auge y expansión de conceptos ambiguos y usualmente cooptados por las grandes corporaciones agroalimentarias, como la Agricultura Regenerativa, y siguiendo la estela de la nueva directiva europea sobre el posturo ambiental y las certificaciones *greenwashing*, >>>

> Se debe:

- **Regular y poner orden en el concepto de Agricultura Regenerativa, actuar contra las autocertificaciones corporativas que generan confusión e inducen a error a la ciudadanía y el consumo y, al mismo tiempo, potenciar la Agroecología como el sistema productivo prioritario en las nuevas estrategias de alimentación frente a otras supuestas propuestas que en ningún caso equivalen a la Agroecología y solo generan ruido y confusión a su alrededor.**



© CC BY-SA 3.0 Eilina Mark Ecologically_grown_vegetables



JUSTICIA
ALIMENTARIA