



# PRODUCIR ALIMENTOS REPRODUCIR COMUNIDAD

REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS COMO FORMAS ECONÓMICAS  
PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL Y ECOLÓGICA

Daniel López García





*A Olmo y a su generación por venir*

*El problema es, por tanto, nuestro:  
no somos capaces de distinguir en la vida cotidiana aquellos aspectos que revelan  
impulsos emancipatorios, por más pequeños o moleculares que sean.*  
R. Zibechi, 2006

**Consejo Editorial de Libros en Acción:**

Olga Abasolo, Miguel Brieva, José Luis Fernández-Casadevante, José García, Belén Gopegui,  
Yayo Herrero, Valentín Ladrero

**Título:** Producir alimentos, reproducir comunidad  
Redes alimentarias alternativas como formas económicas  
para la transición social y ecológica

**Autor:** Daniel López García

**Portada:** Miguel Brieva

**Corrección de texto:** Carlos Vidania

**Edita:** Libros en Acción  
La editorial de Ecologistas en Acción,  
C/ Marqués de Leganés 12, 28004 Madrid, Tel: 915312739,  
Fax: 915312611, formacion@ecologistasenaccion.org  
www.ecologistasenaccion.org

© Ecologistas en Acción y los autores/as

**Primera edición:** Febrero 2015

**Segunda edición:** Noviembre 2015

Impreso en papel 100% reciclado, ecológico, sin cloro.

ISBN: 978-84-944051-3-6

Depósito Legal: M-35440-2015



**creative commons**

Este libro está bajo una licencia Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 3.0 España de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/>

# PRODUCIR ALIMENTOS, REPRODUCIR COMUNIDAD

Redes alimentarias alternativas  
como formas económicas para la transición social  
y ecológica

Daniel López García



COLECCIÓN  
CARTOGRAFÍAS DEL VIVIR

Nº 5



LIBROS  
EN ACCIÓN

# Índice

Prólogo.....	8
<b>Introducción.....</b>	<b>13</b>
1 Crisis global y sistema agroalimentario: elementos económicos y ecológicos.....	13
2 Las propuestas de la agroecología y la soberanía alimentaria.....	24
3 Propuestas de recampesinización para el medio rural de las sociedades posindustriales.....	35
<b>Las redes alimentarias alternativas como experimentos sociales para una economía no capitalista.....</b>	<b>49</b>
4 Los circuitos cortos de comercialización en el Estado español. Una visión general.....	49
5 Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!). Propiedad y gestión colectivas entre producción y consumo en agricultura periurbana.....	68
6 Circuitos cortos en el corazón de la bestia: agricultura apoyada por la comunidad en Nueva York.....	73
7 AMAP: alianzas locales entre agricultores y consumidores para mantener la agricultura campesina en Francia.....	79
8 Grandes cooperativas de consumo. Llegar al gran público desde la economía social.....	85
9 Estrategias de comercialización “multicanal” para las pequeñas producciones ecológicas.....	92
10 Estrategias de cierre de ciclos y control de la cadena productiva para mantener la rentabilidad de pequeñas fincas de ganado ecológico ....	109

<b>11 Redes de productores ecológicos para el consumo de proximidad. Organizar la distribución desde la cooperación.....</b>	<b>117</b>
<b>12 Cooperativa Europea Longo Mai. Un modelo de economía colectiva y campesina de segundo grado.....</b>	<b>125</b>
<b>13 La dinamización de redes alimentarias de ámbito autonómico desde la soberanía alimentaria.....</b>	<b>131</b>
<b>14 Retos para la construcción de redes alimentarias alternativas en el ámbito local.....</b>	<b>143</b>
<b>Producir alimentos, reproducir comunidad.....</b>	<b>157</b>
<b>15 Cuatro elementos que hablan del carácter alternativo en el funcionamiento de las redes alimentarias alternativas.....</b>	<b>157</b>
<b>16 Formas socioeconómicas para la transición social y ecológica.....</b>	<b>179</b>

## Prólogo

El texto que tienes entre manos se basa en una recopilación de artículos y textos elaborados a lo largo de los últimos doce años. Muchos de ellos han sido publicados, desde 2005, en la revista *La Fertilidad de la Tierra*<sup>1</sup>, a la que debo agradecer enormemente su apoyo y confianza a lo largo de todo este tiempo, y su incansable trabajo en la difusión y promoción de la agricultura ecológica y la agroecología. Otros textos han sido parte de materiales para algún curso, o presentados en algún congreso. Y más o menos la mitad del texto –los bloques inicial y final– ha sido escrita ex profeso para este libro, tratando de darle un sentido en común a todas las iniciativas reales y concretas que se plantean.

En conjunto, el libro se centra en la reflexión acerca de las formas socioeconómicas concretas que se construyen como alternativas a las capitalistas, dentro del capitalismo y de la sociedad urbano-(pos)industrial en la que vivimos. Trata de comprender cómo la gente está desarrollando formas sociales y económicas para vivir sin aplastar ni robar a otras personas, y sin dañar la naturaleza. Tratar de captar la esencia que las convierte en *alternativa*, y tratar de comprender su lógica de funcionamiento interno. Tratar de comprender las distintas estrategias que ponen en marcha, y tratar de explicarlas para que otras personas, en otros contextos, puedan coger lo que quieran y desarrollar sus propios experimentos sociales aprendiendo de las experiencias previas, aunque no hayan participado en ellas. Intentar captar, siquiera intuitivamente, qué línea conjunta de evolución une a estas experiencias a lo largo del tiempo y el espacio, y cómo se concretan en cada situación específica.

La motivación para haber decidido juntar estos artículos en un libro es la de aportar herramientas para el fortalecimiento de este tipo de experimentos sociales, a nivel teórico, pero especialmente a nivel práctico. Aunque muchos de ellos sean artículos ya publicados por separado, creo que juntos cobran un sentido mayor que las experiencias específicas que tratan de analizar. La pequeña muestra que aquí se exponen dibuja una gran riqueza de experimentos sociales que hoy en día encontramos en las sociedades del Norte global, en torno a la agroecología y la soberanía alimentaria. Ponerlas juntas permite darle forma y contenido a esta corriente amplia y heterogénea de las redes alimentarias alternativas, que comparten buena parte de sus objetivos, y cuyas experiencias integrantes se refuerzan y alimentan entre sí.

La línea general que da sentido a este documento parte de una hipótesis: en la actualidad de los países posindustriales existe un gran número de experiencias socioeconómicas alrededor de la agroecología y la soberanía alimentaria, que tratan de construir formas sociales que no respondan a las lógicas capitalistas. Muchas de estas formas presentan rasgos que podrían ser explicados en base a la propuesta teórica de la economía campesina o, como algunos autores dicen, en base a los

---

1 Para conocer la revista, se puede visitar su página web: <http://www.lafertilidaddelatierra.com>.

procesos de “recampesinización”. Por lo tanto, desde la perspectiva teórica de la economía campesina es posible rastrear qué rasgos o procesos socioeconómicos no capitalistas se ponen en funcionamiento en estas experiencias. Y desde esta perspectiva se hace posible, también, plantear propuestas de fortalecimiento del carácter transformador o alternativo de cada una de estas iniciativas.

Sin embargo, validar esta hipótesis se escapa de las capacidades de este texto, y mi intención es, simplemente, exponer los casos y algunas herramientas teóricas para que la persona lectora los evalúe por sí misma. Dentro de las propuestas campesinistas, pongo a las denominadas redes alimentarias alternativas en el centro de la discusión. Esto es así porque, en mi opinión, las cuestiones de comercialización y distribución son actualmente uno de los cuellos de botella principales para la transición agroecológica y la soberanía alimentaria en nuestros territorios. También porque podemos encontrar una gran riqueza de experiencias, muy diversas y con cierta trayectoria, de las que hay mucho que aprender. Por último, porque las redes alimentarias alternativas son probablemente la forma social que más directamente desarrolla en la actualidad estos espacios y procesos socioeconómicos alternativos vinculados con lo alimentario, implicando a varios y muy diversos actores.

En las próximas páginas discutiremos formas de circuitos cortos de comercialización de índole muy distinta y con muy distintas orientaciones. Veremos un buen número de experiencias de redes alimentarias alternativas, desde fincas particulares hasta procesos de construcción de redes de ámbito regional o estatal. Las distintas formas sociales que comentaremos se adaptan a contextos, motivaciones y situaciones de partida muy diversos, y, por lo tanto, creo que de todas ellas hay muchas enseñanzas que extraer. Al igual que hay algunos rasgos de cada una de las iniciativas presentadas que resultarán criticables. Pero prefiero dejar que lo juzgue por sí misma la persona que lea este libro. El surtido de experiencias que se exponen en ningún caso pretende ser una revisión exhaustiva del universo de proyectos y formas que existen. Pero espero que con la diversidad planteada –que también incluye experiencias de territorios ajenos al Estado español– nos podamos quedar con una buena base para que cada lector o lectora extraiga ideas para su propio contexto y sus propias motivaciones.

Una mayoría de las experiencias de las que hablaremos están pensadas desde la perspectiva de la producción, pues creo que es la parte de estas redes que asume más riesgos y la que habita una condición más compleja. Por eso mismo, por comprometida, puede resultar una perspectiva más interesante. Y es quizá, en este mundo de lo agroecológico, la posición que requiere de un mayor refuerzo, sin que esto deba ocultar la importancia del resto de actores implicados. Ojalá sirva la revisión de experiencias que ofrecemos en este texto para fortalecer los proyectos de gente que se ha implicado en la producción agroecológica, o permitir a otras personas o grupos verlo más claro, y animarse a comenzar su propia iniciativa. Pero, en cualquier caso, creo que el texto también puede resultar de interés para personas que se acerquen al tema desde el consumo agroecológico, las economías alternativas o críticas, o cualquier tipo de militancia social y ecologista.

El texto se divide en tres bloques bastante diferenciados, en relación con la hipótesis de partida. Los distintos capítulos tienen sentido por sí mismos y, por lo tanto, una lectura salteada podría resultar de interés, especialmente en la segunda parte, que se compone de pequeños artículos que analizan experiencias. Pero creo que la lectura lineal y completa del texto ofrece un sentido general que no se extraería de la lectura independiente de los capítulos.

El primer bloque pretende realizar una introducción al contexto teórico desde el que miraremos hacia las redes alimentarias alternativas. En primer lugar, echaremos un breve vistazo a las expresiones de la crisis global en el sistema agroalimentario, desde las perspectivas ecológica y social. A continuación trataremos de exponer de forma sucinta las propuestas de la agroecología y la soberanía alimentaria, como enfoques teóricos que sirven de trasfondo a las iniciativas prácticas de las que hablaremos más tarde, y poniendo especial énfasis en las formas y contenidos que están adoptando los movimientos sociales que se identifican con estos dos conceptos. Para terminar este bloque introductorio, presentaremos el enfoque teórico de la “economía campesina” y de los procesos de “recampesinización”, para lo que nos apoyaremos en unas breves ideas acerca de las formas que estos procesos están tomando en el sector agroalimentario de nuestro contexto geográfico más inmediato. Trataremos, a su vez, de establecer diálogos entre esta y otras corrientes sociopolíticas y académicas que también tratan de abrir espacio para el desarrollo de formas económicas alternativas al capitalismo, aquí y ahora.

El segundo bloque se compone exclusivamente de la descripción y el análisis de distintas formas de proyectos y redes alimentarias alternativas. En algunos casos serán entrevistas o visitas a diferentes iniciativas; en otros casos expondremos los resultados de encuestas o microinvestigaciones, y también mostraremos los resultados de talleres o encuentros en los que se ha discutido sobre este tipo de iniciativas. Los primeros capítulos tratan de caracterizar distintos tipos de circuitos cortos de comercialización y ofrecer algunas pinceladas sobre su desarrollo actual en el Estado español y en otros territorios. Exponen distintas formas que estas iniciativas están tomando en distintos territorios, especialmente desde la perspectiva del consumo. Más adelante, algunos capítulos centran el foco en la perspectiva de la producción; por un lado, las estrategias de las iniciativas productivas individuales en la combinación de distintos circuitos cortos; y, más tarde, las diversas iniciativas colectivas en las que los productores y productoras se organizan para hacer llegar sus productos al consumo, como alguien dijo, “para seguir siendo pequeños”. Los últimos capítulos de este segundo bloque tratan de aportar claves para el desarrollo de redes territoriales de producción y consumo, a partir de las experiencias de algunos procesos de dinamización de los circuitos cortos a escala regional, y de las conclusiones de algunos encuentros y talleres de reflexión colectiva.

El último y tercer bloque trata de recoger algunos aprendizajes generales a partir de todo lo expuesto. Y, especialmente, trata de dotar de un sentido político

al conjunto de iniciativas analizadas, desde la práctica militante y a través de los enfoques teóricos planteados en el primer bloque.

Con el presente texto, centrado en la discusión de experiencias reales, intento aportar una pequeña herramienta para impulsar las redes alimentarias alternativas en el Estado español, desde una perspectiva de transformación social y ecológica. Una discusión construida sobre preguntas que entiendo que muchas personas y organizaciones nos estamos haciendo en este momento histórico en que la crisis global es cada vez más descarnada, y frente a la cual el capital solo nos propone desposesión, sumisión y obediencia; o, por contra, exclusión y violencia. Espero que la lectura resulte de interés en el debate de cómo enfrentarnos e ir más allá de los ataques del capital, y que nos anime a hacer más y mejor.

No puedo dar por terminada esta introducción sin agradecer, a todas las personas compañeras que día a día le dan vida a todas las experiencias agroecológicas, su trabajo e ilusión en la construcción de alternativas al capitalismo: estas experiencias, personas e ilusiones son las únicas protagonistas del texto. También debo agradecer a innumerables amigos y amigas el haber soportado mis *tuestes* y mis ausencias, especialmente, en los últimos meses, en los que me he recluso más de lo normal para terminar el texto. Pero, especialmente, debo agradecerle a Bea su paciencia y comprensión, así como su apoyo y ánimos ilimitados; en unos meses en los que nuestra vida está iniciando un gran cambio.

Entre Garganta la Olla (Cáceres) y Sevilla, octubre de 2014

## Prólogo a la segunda edición

Me complace presentar esta segunda edición del texto “Producir alimentos, reproducir comunidad”, tan solo 5 meses después de sacar la primera edición. Por ello, y antes de nada, debo agradecer su apoyo a los y las compañeras de los grupos locales de Ecologistas en Acción que han organizado presentaciones y difundido el texto<sup>2</sup>; así como a otras organizaciones que nos han apoyado en este sentido<sup>3</sup>. También a las revistas que han difundido el texto, como *El Ecologista*, *Soberanía Alimentaria*, *Biodiversidad y Culturas*, y especialmente *La fertilidad de la tierra*, quienes además habían cedido una parte de los textos que componen la parte central del libro, y que habían sido redactados previamente para la revista.

Tras unos meses de rodaje, parece que hemos conectado con una necesidad que ya existía en un panorama estatal agroecológico que crece y se desarrolla, y que quizá requiere de un salto adelante. Creo que el texto ha conectado con la necesidad de compartir y discutir los modelos alternativos de articulación de la producción y el consumo agroecológico que venimos desarrollando, analizando los elementos que están funcionando y los que no tanto. Ofreciendo una herramienta de reflexión especialmente orientada a la producción, y en concreto a las muchas personas que están iniciando experiencias productivas que buscan alcanzar la viabilidad de sus proyectos a través de redes alimentarias locales y alternativas. Y por lo tanto buscan una viabilidad que a la vez es económica y social. A su vez, después de más de una década de desarrollo vertiginoso de este tipo de proyectos socioeconómicos, creo que también conecta con la necesidad de realizar una evaluación política de las herramientas o modelos económicos que estamos desarrollando: su viabilidad, su potencial transformador, y su papel en un Mundo muy revuelto y con claros síntomas de agotamiento.

En estos meses he tenido el gusto de realizar numerosos debates en los actos de presentación, con gentes y proyectos muy diversos implicados en el movimiento agroecológico y por la soberanía alimentaria. También con gentes implicadas en otras líneas de transformación social y ecológica como los proyectos autónomos y municipalistas, la economía social y solidaria, y el ecologismo social. En estos encuentros los debates han sido ricos e intensos, y en ellos muchas de las ideas apenas

---

2 Hasta el momento de escribir este prólogo, han organizado o impulsado presentaciones del libro los grupos de Ecologistas en Acción de Madrid, Barcelona, Cáceres, Mérida y Badajoz, Monesterio, Sevilla, Córdoba, Cuenca, Vitoria-Gasteiz, País Valencià, Majadahonda, Islas Canarias-Ben Magec y Segovia.

3 Han colaborado en la difusión del texto y la organización de presentaciones la asociación Tiritanas (La Vera, Cáceres); Bionekazaritza (Vitoria-Gasteiz); Extremadura Sana; ASACAM (Ciudad Real); Plataforma per la Sobirania Alimentaria del País Valencià; Red de Semillas de Aragón; ARCo-Palencia; Ekoizpen Orduña (Bizkaia); librerías Kaxilda (San Sebastián-Donostia), Katakarak (Pamplona-Iruña) y La Pantera Rosa (Zaragoza); grupos de consumo de Santander y Bilbao; COCEDER; y la Asociación Ajonegro y el Foro Social de Segovia.

planteadas en el libro se han aclarado y otras nuevas ideas van tomando forma. Agradezco a todas las personas que han participado en estos debates su entrega e ilusión, y el esfuerzo de abrir nuestros cuerpos y mentes para bucear juntas en las contradicciones que encontramos en el desarrollo de estos “cultivos sociales”.

Un elemento que ya resultaba central en la propuesta inicial del libro, pero que aún ha cobrado más fuerza tras estos debates, es la importancia de destilar, sistematizar y explicitar los modelos socioeconómicos que estamos desarrollando. La posibilidad de definir nuestros proyectos, de modelizarlos, e incluso de ponerles nombre, está resultando un proceso clave para reducir la ansiedad que sufrimos colectivamente cuando construimos proyectos en el vacío, sin referencias previas; ya que los modelos sirven como referencia. Modelizar nuestras experiencias resulta también de utilidad para tomar conciencia de lo que estamos haciendo, y por lo tanto analizarlo y descubrir cómo seguir profundizando en los objetivos de cada proyecto. Pero también resulta una herramienta poderosa para a su vez ofrecer referencias a otra gente que quiere iniciar nuevos proyectos, ya que puede replicar modelos y luego adaptarlos a los nuevos contextos. Para mí, la posibilidad de construir estos modelos, de tratar de destilar la esencia de nuestros proyectos, es construir los símbolos que permiten transmitir esta esencia más allá de la experiencia directa e inmediata de quien los vive; y son por lo tanto estos símbolos los que permanecen y se difunden en el universo simbólico colectivo. Los modelos son una herramienta para llenar de vida y experiencia el vacío de alternativas colectivas disponibles bajo la hegemonía urbano-agro-industrial que poco a poco se desmorona.

El bloque central del texto se centra en ofrecer modelos de relaciones entre producción y consumo, poniendo el acento en la perspectiva de la producción. Plantea una estructura implícita que cubre en un primer momento los proyectos individuales o de primer grado (articulaciones entre una finca y uno o varios grupos de consumo), más tarde revisa algunos proyectos de segundo grado (redes y asociaciones de productores/as), y por último se centra en las redes territoriales que articulan producción, consumo y otros actores sociales e incluso a la administración local o autonómica. Sin embargo, en los debates acerca del libro surge un eje de análisis al que hasta el momento no le había prestado mucha atención, pero que puede tener relevancia. Los distintos modelos analizados han sido seleccionados por poner en práctica, de forma estructurada, relaciones económicas no-capitalistas, es decir, no basadas en la extracción de plusvalor ni en la acumulación y reproducción ampliada del capital. Sin embargo, se ponen en práctica distintas lógicas económicas no-capitalistas, que se pueden agrupar en tres tipos:

- Una *economía de los intercambios justos*, en los que a través de precios monetizados se trata de lograr un ingreso para los productores, de forma que remunere adecuadamente su trabajo sin explotación humana ni de los agroecosistemas, en condiciones de trabajo dignas. Por el otro lado se trata de ofrecer a quien consume el alimento a un precio justo y accesible, no mediado por la obtención de beneficios sino por unos costes de producción ajustados. En este tipo de relaciones económicas estarían las cooperativas de productores y consumidores,

muchos de los modelos de cooperativas y asociaciones de productores/as, algunos tipos de AMAP (en Francia) y modelos similares, o la gran mayoría de los grupos de consumo o mercadillos de productores/as que hay en nuestros territorios.

- Una *economía de los valores de uso*, en las que se establecen asociaciones directas entre producción y consumo y se comparten el riesgo de las producciones agrarias; y en algunos casos también la propiedad sobre los medios de producción. En estas asociaciones explícitas la circulación de los alimentos no se regula a través de los precios de mercado, sino a través de criterios colectivos en los que una comunidad determinada define el valor de sostener la actividad agraria en una o varias fincas, y la provisión de alimentos para las personas consumidoras asociadas. Así pasamos de un esquema de compra-venta a otro de organización colectiva de la circulación de los alimentos: se sostiene entre todas las personas asociadas una actividad que tiene sentido para esta comunidad. O mejor dicho, que tiene un valor y una utilidad sociales –*valor de uso*– porque esa comunidad lo ha decidido así de forma consciente e independientemente de los mecanismos de mercado de asignación de valor. En este espacio encontramos distintos modelos de Agricultura Apoyada por la Comunidad (CSA), incluyendo proyectos como Bajo el Asfalto está la Huerta (Madrid) y otros similares.
- Una *economía del don*, en la que los intercambios no están mediados por su valor inmediato. Incluso se puede hablar de que no hay intercambios, sino mecanismos comunitarios de gestión de los excedentes y las carencias entre los distintos miembros de la comunidad, desde una percepción subjetiva de abundancia. Las personas o entidades miembros de la comunidad aportan al espacio común o a miembros individuales de aquella los recursos que no van a necesitar –que pierden así su *valor de uso* para quién los produce–, sin esperar ningún retorno directo y sin guardar una contabilidad del aporte. Sin embargo, los aportes de otros miembros al espacio común van cubriendo otras necesidades en la comunidad, que cubre así sus necesidades colectivas a través de mecanismos de redistribución dirigidos en base a las necesidades existentes. Este esquema es mayoritario hoy en día en nuestra sociedad, aunque su importancia real esté invisibilizada y desvalorizada. Desde esta lógica de los bienes comunes se realizan los cuidados y un innumerable número de procesos económicos cotidianos, como las donaciones cruzadas e informales (que no son trueque) de pequeños excedentes agrarios en nuestros pueblos. En los últimos años esta lógica se ha extendido a patrones estructurados de la producción social, como puede ser el *software libre* o herramientas colaborativas como *Wikipedia*. En el sector agroecológico también se dan ejemplos de estructuración y formalización de esta lógica económica en proyectos como el de Longo Mai.

Esta multiplicidad de espacios o lógicas económicas en las que se mueven las redes alimentarias alternativas abre a su vez nuevas preguntas. El texto inicial del libro orbita sobre la necesidad y conveniencia de manejar distintos modelos

económicos, ya que el contexto de rápido y violento cambio global en el que estamos inmersos introduce una incertidumbre que impide apostar por una sola vía de trabajo, o por un conjunto limitado de formas socioeconómicas más o menos alternativas. Sin embargo, la multiplicidad de lógicas económicas que se ponen en práctica podría abrir un rico debate acerca de la forma de combinarlas, e incluso acerca de si el movimiento debería optar por unas más que por otras.

En los últimos años, distintos movimientos y organizaciones sociales transformadoras están impulsando unos modelos y otros. Por ejemplo, la vocación de impulso en el Estado español de la Red de Economía Alternativa y Solidaria de herramientas económicas y financieras para la Soberanía Alimentaria, que se mueven entre los intercambios justos y la economía del don. O el impulso de los modelos de Agricultura Apoyada por la Comunidad que se está dando con la redacción de la carta Europea de los CSA desde 2013, en la línea de los valores de uso<sup>4</sup>. Creo que profundizar en este debate, como movimiento y desde una perspectiva política, puede resultar de gran interés estratégico.

El contexto sociopolítico está cambiando rápidamente, y se precipitan síntomas de la crisis global. Desde la dificultad de los capitales financieros por mantener niveles de crecimiento suficientes para sobrevivir, que se ejemplifica en el hundimiento de las bolsas chinas, y que se viene a sumar a la quiebra de las diversas burbujas financieras acaecidas en los últimos años. Hasta la crudeza de la política exterior norteamericana por mantener el desorden en Oriente Medio y controlar así los flujos de un petróleo que ya escasea, y que se expresa en las sangrientas y sostenidas crisis en Siria, Palestina, Irak, Egipto y tantos otros países. O la lucha por las nuevas hegemonías geoestratégicas globales, que se expresa en la ocupación de Ucrania y los bombardeos en Siria por parte del ejército ruso. Se hace necesario un fuerte ejercicio de reflexión para darle un sentido general y coherente a todos estos sucesos, que se deberían ver como acumulativos y que señalan el fin de una época y el inicio de otra para la que debemos estar preparadxs y tener propuestas.

Por otro lado, el vuelco en las elecciones municipales de mayo abre nuevas posibilidades en las escalas locales, donde se reclaman propuestas alternativas a un sistema urbano-industrial globalizado que cada vez funciona menos, especialmente para las capas medias y bajas de la población. Desde la constatación de un capitalismo que no está funcionando, y que puede que cada vez funcione peor, surgen nuevas demandas de rearticulación económica y territorial, tanto en las grandes ciudades (Madrid, Barcelona, Zaragoza o Valencia) como en el medio rural. Y en este sentido, el movimiento social por la Agroecología y la Soberanía Alimentaria nos debemos sentir interpelados, y tratar de estar a la altura de unos retos cada vez más amplios y urgentes.

En los distintos debates de presentación del libro ha emergido una nueva perspectiva en cuanto al valor y el potencial de transformación social –y política– de las

---

4 Este proceso de debate está siendo impulsado por la red internacional Urgenci. Se puede profundizar en cómo se está desarrollando este debate en el siguiente enlace: <http://urgenci.net/the-common-ground-project-europe-2015/>

redes alimentarias alternativas. Se concreta nuestra propuesta de hacer política desde las necesidades de la población (no solo alimentarias: también de participación, autonomía personal y colectiva, vinculación con un territorio y una comunidad, etc.), pero aparece encima de la mesa la necesidad de propuestas pensadas para cambios masivos. Por lo tanto las formas socioeconómicas que planteamos deben ser sustancialmente distintas a las que hemos puesto en práctica en un tiempo en que hemos estado “a la defensiva”, limitadas a espacios marginales. Para ser más, necesitamos propuestas que lo permitan, que se ajusten a un escenario de proyectos masivos y en los que se dará una mucho mayor riqueza de proyectos de economías alternativas y solidarias. Esto supone un importante salto cualitativo también en la articulación entre proyectos autogestionarios (no solo alimentarios: de otras producciones, vivienda, educación, etc.) y en la construcción de espacios sociales que den sentido a los proyectos comunes de autonomías locales. La pregunta que se nos plantea es ¿cómo hacer nuestras formas socioeconómicas actuales viables para un salto de escala, sin perder su potencial transformador y profundizando en sus rasgos no-capitalistas?

En este sentido, ha aparecido en repetidas ocasiones la necesidad de enganchar con los procesos municipalistas que hoy están en curso y con fuerza creciente, ya estén orientadas a los gobiernos locales o como proyectos de base. Emerge una fuerte necesidad de desarrollar políticas públicas concretas y específicas para la soberanía alimentaria y la agroecología, a todos los niveles, y explorar nuevos conceptos y propuestas que están abriendo caminos interesantes y de gran impacto. Por ejemplo, el ambiguo concepto de *gobernanza alimentaria*, de la mano del cual aparecen las propuestas de las Estrategias y Consejos Alimentarios Locales, que tanto eco están recibiendo entre estos proyectos municipalistas. En todo caso, se refuerza una perspectiva que ya se apuntaba en el libro: la necesidad de estrategias de medio y largo plazo, y la importancia de los procesos autonomistas, ligadas a los territorios locales, como espacios sociopolíticos en los que articular nuevas economías desde la base social. Un proyecto político de mirada larga, para un contexto global y local que augura cambios de gran calado en las próximas décadas.

Desde esta perspectiva, considero que las propuestas y reflexiones que aparecen en el libro cobran aun más relevancia. Además, se abren nuevas preguntas en las que seguir experimentando e investigando acerca del papel de las redes alimentarias alternativas en las propuestas anticapitalistas de transformación social. Espero que disfrutéis la lectura, y que os sea de provecho.

En Garganta la Olla, a 13 de octubre de 2015





# INTRODUCCIÓN

## **1 Crisis global y sistema agroalimentario: elementos económicos y ecológicos**

La actividad agraria cubre una de las principales necesidades del ser humano: la alimentación. Transforma elementos abundantes e inertes (minerales, agua y energía solar) en bienes vivos y útiles (alimentos), sin degradar (al menos en las formas tradicionales de agricultura) la base de renovación de los recursos utilizados. Es la actividad humana que más superficie ocupa en el planeta y, por lo tanto, la de impactos más extensos a nivel territorial, para lo bueno y para lo malo. El medio rural acoge nada más –y nada menos– que el 50% de la población mundial y el 25% de la población española; y en él la agricultura es el elemento central de las culturas y las economías locales.

La actividad agraria se inició hace unos diez mil años y ha ido evolucionando de forma diferente en los diversos territorios y culturas del planeta. Las sociedades campesinas han ido adaptando sus semillas y razas ganaderas y sus formas de manejo a los distintos climas y ecosistemas, a la vez que estos ecosistemas eran transformados por la propia actividad agraria. El resultado ha sido la generación de una gran riqueza genética y paisajística, inmensamente diversa, que ha sido la forma de asegurarse la subsistencia para los y las campesinas del mundo. En la base de esta diversidad de las formas de manejo agrario siempre han estado, por un lado, el manejo de la biodiversidad y, por el otro, la necesidad de conservación de los recursos naturales, ya que eran los recursos disponibles los que aseguraban la supervivencia de cada comunidad.

Los modelos campesinos han basado su funcionamiento en la gestión de la fertilidad y de la energía disponible en la combinación de agricultura y ganadería. La primera aportaba alimento, tejidos, etcétera, para los humanos y alimento para los animales; y la segunda aportaba alimentos, fuerza de trabajo (animales de tiro) y estiércol, tan necesario para los cultivos. Se combinaban muy diferentes cultivos y ganados, para asegurar que la producción total fuese suficiente todos los años a

pesar de los cambios climáticos, cultivos y ganados que, a su vez, se combinaban entre sí y con los elementos naturales (bosques, sotos, riberas, etcétera). Buscaban los lugares más adecuados para cada uso y que los distintos usos del territorio y de los recursos disponibles se fortaleciesen entre sí. En general, se trataba de modificar los ecosistemas, introduciendo nuevos elementos que proporcionasen utilidades para las sociedades humanas, cuidando mucho de que los recursos no fuesen nunca a menos.

Desde los inicios de la Revolución Industrial, y más profundamente a lo largo del siglo XX, se han producido importantes transformaciones en el medio rural, a partir de la crisis de la agricultura tradicional<sup>5</sup> y ligadas a la introducción de la llamada *Revolución Verde*, en la segunda mitad del siglo. El proceso ha sido denominado *modernización agraria*, y responde a la aplicación a la producción agraria del proceso general de modernización, que Habermas<sup>6</sup> describe como “una gavilla de procesos acumulativos y que se refuerzan mutuamente: a la formación de capital y a la movilización de recursos; al desarrollo de las fuerzas productivas y al incremento de la productividad del trabajo; a la implantación de poderes políticos centralizados y al desarrollo de identidades nacionales; a la difusión de derechos de participación política, de las formas de vida urbana y de la educación formal; a la secularidad de valores y normas, etcétera”.

La modernización agraria se caracteriza por varios procesos paralelos que transforman las formas de manejo existentes anteriormente: el *productivismo* basado en la intensificación, la concentración y la especialización de las producciones<sup>7</sup>; la *cientificación*, como subordinación del proceso productivo y del conocimiento tradicional campesino a los dictados de la ciencia y la investigación oficiales<sup>8</sup>; y la *industrialización* de la actividad agraria, que Chambers *et alia*<sup>9</sup> caracterizan como “una forma de artificialización de la naturaleza [...] cuya forma hegemónica de producción agraria se encuentra fuertemente capitalizada, con prevalencia de *inputs* ajenos al reacomodo y reciclaje de la energía y materiales utilizados en los procesos biológicos, y pretende uniformizar el medio ambiente local para estabilizar la producción, controlando al máximo el riesgo, eliminando la biodiversidad local para obtener un máximo homogéneo de producción”.

En el último siglo, la modernización agraria ha transformado las formas de hacer agricultura, que hoy en día se han homogeneizado en la mayor parte del planeta. La Revolución Verde consistió en la aplicación universal de un mismo paquete tecnológico, compuesto por el uso de maquinaria pesada, semillas híbridas, fertilizantes y pesticidas químicos. Este manejo ha generado importantes impactos sociales y ambientales, que hoy hacen de la agricultura una actividad contaminante,

5 Jose Manuel Naredo (2004): *La evolución de la agricultura en España (1940-2000)*. Granada, Universidad de Granada. VI Edición.

6 Jurgen Habermas (1989): *El discurso filosófico de la modernidad*. Madrid, Taurus.

7 Brian Ilbery (1998): “From agricultural productivism to post-productivism”. En Ilbery y Bowler: *The geography of rural change*. Addison Wesley Longman, UK.

8 Eduardo Sevilla Guzmán (2006): *De la sociología rural a la agroecología*. Barcelona, Icaria.

9 Robert Chambers, Arnold Pacey y Lory Ann Thrup. (1989): *Farmers first. Farmer innovation and agricultural research*. Londres, IT Publications.

poco rentable y muy poco considerada socialmente. En la actualidad es un sector altamente dependiente de productos que provienen de la industria, frente a los cuales los campesinos y campesinas no controlan ni su funcionamiento ni mucho menos los precios a los que son vendidos. Además, el uso indiscriminado para la agricultura y la ganadería de insumos químicos y otros productos poco controlados está generando problemas sanitarios como la gripe aviar o las verduras contaminadas de pesticidas: los alimentos industriales se han revelado tóxicos.

La modernización agraria, en mi opinión, no se puede entender separada de los procesos de globalización desarrollados con más profundidad a partir del siglo XX. Como explica Manolo Delgado, “en esta etapa, los procesos de producción, distribución y consumo alimentario se integran por encima de las fronteras estatales; de modo que las formas de gestión de las organizaciones empresariales que modulan la dinámica del sector contemplan ahora el acceso, tanto a los recursos como a los mercados, a escala mundial (global). No se trata solo de una extensión cuantitativa de las relaciones mercantiles, sino, sobre todo, de un cambio cualitativo en los modos de organización, condicionado en gran medida por el protagonismo que ahora adquiere el capital financiero. El capital financiero, a la vez que hace posible la concentración, la expansión y la reorganización de las corporaciones agroalimentarias, modula el funcionamiento del sector desde criterios de “racionalización” construidos bajo el imperativo de la “creación de valor” financiero. Desde esta lógica se ve estimulada la eliminación de restricciones para la localización, el aprovisionamiento, la producción, la distribución y el consumo agroalimentario”<sup>10</sup>.

## **Impactos ambientales generados por la modernización y globalización agroalimentarias**

Con la modernización agraria hemos visto cómo el contenido en materia orgánica ha descendido de forma preocupante en todos los suelos del planeta. Se ha mermado la fertilidad de los suelos y su capacidad de retención de agua, lo cual ha hecho que cada vez sea necesario el uso de más fertilizantes químicos<sup>11</sup> y aumente la demanda de agua para riego. Algo parecido ha ocurrido con los pesticidas y herbicidas: su uso indiscriminado ha provocado, a medio plazo, la aparición de malezas, plagas y enfermedades resistentes y, por lo tanto, el incremento en el uso de los agroquímicos, muchos de los cuales deben ser retirados del mercado cada año por su comprobada toxicidad. Este incremento en el uso de químicos ha contaminado aguas, suelos y alimentos, generando importantes problemas ecológicos y sanitarios. El modelo

10 Manuel Delgado Cabeza (2010): “El sistema agroalimentario globalizado: imperios alimentarios y degradación social y ecológica”, *Revista de Economía Crítica*, 10, pp. 32-61.

11 La aplicación de fertilizantes nitrogenados se ha elevado desde un promedio mundial de 8,6 kg/ha en 1961 a 62,5 kg/ha en 2006 IC. C. Mitchell y J. W. Everest (1995): “Soil testing and plant analysis”, Dept. Agronomy & Soils, Auburn University. [www.clemson.edu/agsrvlb/sera6/SERA6-ORGANIC\\_doc.pdf](http://www.clemson.edu/agsrvlb/sera6/SERA6-ORGANIC_doc.pdf).

intensivo de ganadería es un ejemplo especialmente visible de este extremo, pues constantemente nos muestra nuevos peligros alimentarios.

La lógica del monocultivo ha mermado en el 75% la diversidad de variedades vegetales manejadas en el planeta, y en un tercio, las razas ganaderas<sup>12</sup>. Esto supone una enorme pérdida de riqueza genética, y un serio peligro para la capacidad de adaptar nuestra agricultura a posibles cambios ecológicos futuros<sup>13</sup>. Genera importantes problemas de erosión, al mantener los suelos desnudos y pobres en materia orgánica, y graves problemas de deforestación, al ocupar crecientes zonas forestales vírgenes con cultivos agrícolas, energéticos y forestales o con ganadería. La ofensiva de los cultivos transgénicos, los agrocombustibles y otros cultivos energéticos no hace sino agravar los problemas mencionados, ya que profundiza en esta misma lógica de monocultivos y manejos agresivos basados en el uso creciente de agrotóxicos. La extensión de los regadíos asociada al manejo agroindustrial está generando problemas en el acceso al agua (de riego y de boca) para millones de personas por todo el mundo, que ven cómo sus pozos y ríos se secan y contaminan<sup>14</sup>.

En los últimos años estamos constatando, además, que el modelo de agricultura industrial impulsada por la Revolución Verde está contribuyendo de forma importante al cambio climático. La deforestación creciente, ligada a la roturación de nuevas tierras agrícolas, supone, por un lado, la reducción de un importante sumidero de carbono; y, por otro lado, la liberación a la atmósfera de gran parte del carbono que estaba acumulado en los suelos en forma de materia orgánica. La actividad agraria y el cambio de usos de suelo para la producción de piensos y agrocombustibles generaban en el año 2000, conjuntamente, el 33% de las actuales emisiones de CO<sub>2</sub> en el planeta, y desde ese año hasta la actualidad se han incrementado en más del 20%<sup>15</sup>. Las altas emisiones generadas por la actividad agraria posiblemente generen, a su vez, una importante merma en los rendimientos agrarios en todo el planeta, que podrían reducirse en al menos el 16,6% como media mundial para 2080<sup>16</sup>.

12 FAO (1993), "Harvesting Nature's Biodiversity", Roma, FAO.

13 En la actualidad, diez empresas controlan el 50% del mercado mundial de semillas. Estas empresas han mostrado un escaso compromiso con el bien público y con la conservación de la biodiversidad y, por lo tanto, esta concentración de recursos supone una grave amenaza para la riqueza genética mundial. GRAIN (2011), *El gran robo de los alimentos*, Barcelona, Icaria.

14 Se espera que el abastecimiento de agua de riego decline en todas las regiones del planeta entre 2000 y 2050, en un promedio de entre el 70% y el 58% [International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development (IAASTD) (2008), "Informe Mundial" (<http://tinyurl.com/6r82ry>)].

15 N. Stern (2006), "The economics of Climate Change: The Stern Review", en F. N. et al. (2014), Londres, Tubiello. "Agriculture, Forestry and other Land Use Emissions by sources and removals by Sinks. 1990-2011 Analysis" [Working paper ESS/14-02, FAO Statistics Division, Roma, FAO].

16 W. R. Cline (2007), "Global Warming and Agriculture: Impact estimates by Country", Center for Global Development and the Peters Institute for International Economics (<http://tinyurl.com/nc4hrs>). Citado en GRAIN (2011), *El gran robo de los alimentos*, Barcelona, Icaria.

Por su parte, la orientación de las producciones hacia el mercado mundial está haciendo que los agricultores y agricultoras pierdan el control sobre los precios, que quedan en manos de las distribuidoras. Pero también generan un modelo centralizado de distribución, en el que los alimentos recorren grandes distancias por todo el planeta desde la producción hacia el lugar donde se procesan o envasan y, de ahí, hasta el lugar de consumo final. Este modelo de distribución no sería posible sin el consumo de grandes cantidades de petróleo. Esto ha hecho que, hoy en día, se hable de “petroalimentos” al referirnos a aquellos alimentos que gastan en su producción y distribución mucha más energía de la que aportan al ser ingeridos, contribuyendo así de una forma importante al cambio climático y al agotamiento de los recursos energéticos. Este modelo agroalimentario requiere de grandes infraestructuras de transporte y logística, que consumen una gran cantidad de energía fósil hasta llegar al consumidor final, incluyendo la cadena de frío en el transporte y la refrigeración y procesado en los hogares<sup>17</sup>.

El sistema agroalimentario global también genera el desecho de un tercio de los alimentos producidos a nivel mundial<sup>18</sup>, que no encuentran mercado o, al menos, no a los precios requeridos por las cadenas de distribución comercial. La agricultura globalizada se muestra, por lo tanto, altamente ineficiente desde un punto de vista ecológico, pues consume más recursos de los que genera, y desperdicia una gran parte de estos recursos por la ineficiencia en sus lógicas de distribución. Ha demostrado también la escasa calidad y salubridad de los alimentos que genera. En el mundo se producen millones de intoxicaciones agudas y centenares de miles de muertes anualmente a causa de la exposición aguda a los pesticidas, dos terceras partes de ellas, en países en desarrollo. A su vez, los pesticidas generan importantes efectos nocivos sobre la salud de los consumidores, especialmente en el medio y el largo plazo. Y a menudo los sistemas de seguridad y vigilancia acerca de estos impactos sobre la salud han sido puestos en cuestión<sup>19</sup>.

## **Impactos socioeconómicos generados por la modernización y la globalización agroalimentarias**

Las primeras décadas de modernización, especialmente a partir de 1960, consiguieron incrementos espectaculares de las producciones agrícolas. Pero tras más de medio siglo de Revolución Verde, hoy sabemos que ha fracasado en su

17 H. Hill (2008), *Food Miles: Background and Marketing*, ATTRA-National Sustainable Agriculture Information Service, National Center for Appropriate Technology.

18 FAO (2011), *Pérdidas y desperdicio de alimentos en el Mundo. Alcance, causas y prevención*, Roma, FAO.

19 OMS (2008), *The Global Burden of Disease – 2004 update*, Ginebra, OMS. A. Prüss-Ustün *et al.* (2011), “Knowns and Unknowns on Burden of Disease due to Chemicals: A Systematic Review”, *Environmental Health* 10(9). C. de Prada (2014), *Propuesta para el establecimiento legal de objetivos de reducción del consumo de pesticidas que se usan en España*, Madrid, Fundación VivoSano-FODESAM.

objetivo inicial de salvar al mundo del hambre. Si bien la producción de cereales se ha triplicado desde entonces, el número de personas hambrientas superó en 1999 los mil millones por primera vez en la historia. A pesar de que en los últimos años esta cifra ha descendido, el abastecimiento de comida en las zonas con mayores índices de subnutrición (África y Asia) depende en gran medida de las donaciones internacionales. Mientras, en el Norte global encontramos más de mil quinientos millones de personas con problemas de salud relacionados con la obesidad y la sobrenutrición<sup>20</sup>.

Las rondas internacionales de comercio global, en las que la Unión Europea es el principal promotor junto con Estados Unidos, han impulsado una siempre mayor liberalización del mercado agroalimentario. Ya en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), la UE se ve obligada a suavizar su estrategia agroexportadora y retirar ciertas protecciones del mercado interior, a cambio de poder penetrar los jugosos mercados del sector servicios en los denominados países “subdesarrollados” y en las “economías emergentes”. Para mantener las subvenciones a las producciones agrarias internas, la UE y Estados Unidos han teñido la PAC de verde, escondiendo el *dumping*<sup>21</sup> en medidas supuestamente ambientales, así como su apoyo a la producción agraria industrial, la industria agroquímica y la agroindustria. En la actualidad, las negociaciones para establecer el Partenariado Transatlántico en Comercio e Inversiones (TTIP, por sus siglas en inglés) son una nueva herramienta impulsada por estas dos potencias para desregular algunos mecanismos de equilibrio social y ecológico, para concentrar aún más los beneficios dentro de sus propias fronteras, también en el sector agroalimentario<sup>22</sup>.

El resultado de las políticas de liberalización, impulsadas por los países enriquecidos, ha generado importantes impactos sociales no solo en los países del Norte global, sino también en el Sur. A partir de la década de los años ochenta, y especialmente tras el tratado de agricultura de la OMC (1994), las exportaciones de alimentos básicos desde Estados Unidos y la UE a países del Sur global se han multiplicado, arrasando los tejidos productivos locales de esos territorios. La balanza comercial agrícola del conjunto de los países en vías de desarrollo (excepto Brasil) se ha convertido en deficitaria, alcanzando en 2005 los 30.000 millones de dólares; y el promedio mundial de los precios alimentarios se ha multiplicado por 3 entre 2000 y 2011. Al mismo tiempo que muchos países han pasado a importar productos básicos, han destinado sus mejores tierras a la producción de alimentos no básicos para la exportación al Norte global.

20 FAO (2013), *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo*, Roma, FAO. OMS (2012), “Obesidad y sobrepeso”, nota descriptiva 311, Ginebra, OMS (<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>). FAO (2011), *Pérdidas y desperdicio de alimentos en el mundo. Alcance, causas y prevención*, Roma, FAO.

21 Se denomina *dumping* a las ventas a precios inferiores a los costes de producción. Esto se hace posible gracias a las subvenciones a los productores de los países del Norte global, que son así capaces de completar la renta agraria.

22 Para ampliar información al respecto: <http://noalttip.blogspot.com.es/>.

En 2008 la UE importaba productos agrarios producidos (especialmente, soja y otras proteaginosas, café, cacao y té) en una superficie similar al Estado español. Pero destinaban para ello las tierras más fértiles de otros territorios, que en el Estado español ocupan una superficie relativa muy pequeña. Por lo tanto, las “importaciones virtuales de tierras” tienen una importancia social y económica mucho mayor que estos 50 millones de hectáreas<sup>23</sup>. A partir del alza en los precios globales de los alimentos básicos en 2008, este fenómeno se amplía, y asistimos al denominado “acaparamiento de tierras”. Los Estados y las grandes corporaciones privadas de los países enriquecidos están comprando gigantescas superficies agrícolas a precio de saldo para las producciones agrarias de exportación<sup>24</sup>. Para estas producciones se reservan las decrecientes masas de agua dulce disponibles y se expulsa a cientos de miles de personas de los territorios que históricamente habían poblado. En definitiva, el resultado social de la globalización agroalimentaria son las hambrunas y migraciones masivas que de vez en cuando aparecen en nuestros televisores, y la miseria para continentes enteros.

Centrándonos en el territorio europeo, la Política Agrícola Común (PAC) fue la primera política puesta en marcha por la actual UE (en 1962), en un continente aún en reconstrucción tras la Segunda Guerra Mundial. Esta política consiguió sus objetivos iniciales de incrementar la productividad, asegurar el abastecimiento de alimentos a precios “razonables” y lograr niveles de vida equitativos para la población agraria<sup>25</sup>, al menos para aquellas explotaciones que sobrevivieron al proceso de reconversión, ya que desde entonces los activos agrarios se redujeron de forma igualmente espectacular. La “modernización” de la actividad agraria supuso un cribado colosal de las explotaciones de menor dimensión (económica y/o territorial) o peores condiciones geoclimáticas, aquellas que no pudieron invertir en el nuevo paquete tecnológico y que no consiguieron aguantar la bajada de los precios de los alimentos. Como contraparte, el florecimiento de la industria urbana de posguerra esperaba a los millones de emigrantes campesinos con los brazos abiertos. El resultado combinado de ambos procesos sería un éxodo rural masivo que daría la vuelta a las proporciones de las poblaciones urbana y rural, la congelación de los precios en origen para asegurar alimentos baratos para las crecientes poblaciones urbanas e importantes cambios en la dieta, para ampliar el consumo de alimentos industriales, ya fuesen de origen animal o procesados vegetales.

El modelo agrario de la globalización agroalimentaria ha supuesto en la UE el paso desde la *agricultura familiar* a una *agricultura empresarial*, inserta en los mercados agroalimentarios globales en la búsqueda del máximo beneficio económico posible. La empresa agraria se sitúa sola frente a los mercados, ante la quiebra de

23 T. Fritz (2012), *Globalizar el hambre. Impactos de la Política Agrícola Común (PAC) y de las políticas comerciales de la UE en la soberanía alimentaria y los países del Sur*, Madrid, Ecologistas en Acción.

24 GRAIN (2012), *El gran robo de los alimentos. Cómo las corporaciones controlan los alimentos, acaparan la tierra y destruyen el clima*, Barcelona, Icaria.

25 CEE (1957), *Tratado de Roma*, Bruselas, CEE.

las cooperativas y asociaciones de agricultores y la escasa capacidad de reacción de las organizaciones profesionales agrarias, que apenas alcanzan a ralentizar la desarticulación del sector<sup>26</sup>. Las políticas públicas de apoyo a la modernización han venido, además, unidas a una importante “ofensiva cultural”, en la cual la industrialización se manifiesta como una “victoria” de los agricultores *profesionales* (aquellos con explotaciones fuertemente especializadas, capitalizadas y tecnificadas): “Se concibe el futuro como una mercancía escasa, y pocos sobrevivirán”<sup>27</sup>. La actividad agraria se convierte en una actividad alienante que reduce la autoestima del agricultor para construir una nueva identidad empresarial, individualizada y disociada de la cultura y el territorio locales<sup>28</sup>.

Este proceso se cierne con especial violencia sobre los trabajadores agrarios por cuenta ajena, y especialmente en aquellos de origen extranjero. En 2011, alrededor del 50% de los peones agropecuarios afiliados a la Seguridad Social en España eran extranjeros; porcentaje que sería mucho mayor si existiesen datos sobre el trabajo no regularizado. La escasa rentabilidad de la actividad agraria revierte en un incremento de la presión sobre los eslabones más bajos de la cadena agroalimentaria, que sufre así salarios muy bajos y condiciones de trabajo muy precarias en cuanto a inestabilidad, estacionalidad y condiciones de trabajo. Aspecto que se reproduce en la normativa laboral agraria, con un fuerte carácter asistencial, y se refuerza en la siempre cambiante y altamente represiva normativa de extranjería, dibujando situaciones de marginalidad, que en el caso de la mano de obra extranjera protagoniza episodios generalizados de racismo<sup>29</sup>.

Según Molinero, “(en) el modelo de desarrollo agrario del mundo occidental [...] la agricultura no representa más que en torno al 2% de los activos y al 1,5% de las rentas”, y el descenso en el número de activos en la UE “aún no ha terminado”<sup>30</sup>. En la actualidad la mayoría de explotaciones agrarias españolas y europeas son de pequeño y mediano tamaño. Por ello comparten una serie de condicionantes socioeconómicas a lo largo de toda la cadena de valor agroalimentaria que las convierten en “no competitivas” a criterio de la UE, y que las presionan para

26 E. Moyano (2002), “Acción colectiva y organizaciones profesionales en la agricultura”; E. Moyano y F. Entrena (2002), “Cooperativismo y representación de intereses en la agricultura española”, ambos en González y Gómez Benito (2002), *Agricultura y sociedad en el cambio de siglo*, McGraw-Hill, Madrid.

27 J. D. Ploeg (2010), *Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentarios*, Barcelona, Icaria.

28 F. Sánchez de Puerta y J. Taberner (1995), “Innovación y alienación en la agricultura. Una perspectiva socioecológica”, en *Agricultura y Sociedad*, 74.

29 D. López, y A. Varela (2008), “Hacia la integración de la problemática del trabajo migrante en la perspectiva del desarrollo rural agroecológico en España”, comunicación presentada en el I Seminario Internacional sobre Trabajo migrante y cadenas agrícolas globales, Universidad de Murcia, Murcia. Observatorio Ocupacional del Servicio Público de Empleo Estatal (OOSPEE) (2012), *Informe sobre el mercado de trabajo de los extranjeros*, Ministerio de Trabajo e Inmigración, Madrid ([http://www.sepe.es/contenido/observatorio/mercado\\_trabajo/1887-4.pdf](http://www.sepe.es/contenido/observatorio/mercado_trabajo/1887-4.pdf)), pp. 25-26.

30 F. Molinero (2006), “La evolución de la agricultura en España: tradición, modernización y perspectivas”, *Norba. Revista de Geografía*, 11, pp. 85-106.

continuar con el proceso de modernización o desaparecer. Estos condicionantes comunes están ligados a la doble pinza que ejercen la necesidad de inversiones constantes para ampliar rendimientos y la concentración de la distribución con los procesos de globalización agroalimentaria.

Desde una mirada retrospectiva, resulta difícil estimar hasta qué punto la actividad agraria se ha vuelto incapaz de mantener el empleo y las economías rurales; o si, por el contrario, el descenso de su importancia socioeconómica ha sido un objetivo explícito de las políticas agrarias. Lo que está en cuestión no es la capacidad de las agriculturas familiares de mantener empleo y riqueza en situaciones de escasa rentabilidad, sino el papel de un sector relativamente amplio de la economía y la población europeas –el medio rural– que genera demasiado poco flujo de capitales por cada empleo: que genera “demasiado poco” crecimiento para las expectativas de la actual economía financiarizada de la UE. La producción de materias primas agrarias se ha convertido en una carga social, debido a la rentabilidad decreciente introducida por la modernización. Pero otros modelos de agricultura centrados en la relocalización de los flujos ecológicos y económicos tampoco resultarían funcionales al capitalismo global. El sistema agroalimentario, simplemente, se adapta mal a las reglas capitalistas.

En cierto modo, la desagrarización del medio rural ha devenido en una profecía autocumplida. Nos hallamos ante un proceso de reconversión por el cual el apoyo al abandono –o diversificación– de la actividad es solo para las explotaciones de menor tamaño o marginales, mientras que las grandes explotaciones más capitalizadas y, sobre todo, la industria agroalimentaria reciben importantes apoyos y amasan importantes beneficios en pagos directos de la PAC, ya que el reparto de las subvenciones es ampliamente desigual<sup>31</sup>. Esta política agraria dual se justifica desde la necesidad de reconocer la “diversidad de las agriculturas europeas”. Pero en ambos casos el modelo de explotación que apoya la PAC encuentra su *leit motiv* en la inserción de la agricultura europea en los mercados globales agroalimentarios<sup>32</sup>. Terry Marsden y Roberta Sonnino afirman, tras casi dos décadas de multifuncionalidad en la UE, que esta política no ha contribuido a reconfigurar ni fortalecer el sector agrario, sino que ha servido para apoyar los intereses de la agroindustria y la gran distribución. Y a la vez, para limitar y concentrar aún más los recursos públicos asignados al sector en torno a las explotaciones de mayor tamaño, por medio de los proyectos de reconversión y del endurecimiento de la regulación administrativa e higiénico-sanitaria<sup>33</sup>.

La agricultura empresarial va a representar una importancia social decreciente dentro de las comunidades rurales europeas, ya que se caracteriza por la movilidad de las producciones y de la mano de obra y por la creciente externalización de las

31 Veterinarios Sin Fronteras (2011), *Una injusticia llamada PAC*, Barcelona, VSF.

32 Véase D. López, I. Bermejo y E. Otero (2013) “¡Bienvenida, Miss PAC!”, disponible en: [www.ecologistasenaccion.org/article27140.html](http://www.ecologistasenaccion.org/article27140.html).

33 T. K. Marsden y R. Sonnino (2008), “Rural development and the regional state: Denying multifunctional agriculture in the UK”, *Journal of Rural Studies*, 24.

labores productivas hacia empresas de servicios agrarios. Las poblaciones rurales pierden así aún más autonomía sobre los procesos productivos, que se desligan del territorio y van pasando a estar controlados por capitales ajenos al medio rural. Como plantean algunos estudiosos, “la modernización de la agricultura tiende a romper progresivamente los lazos económicos, materiales y sociales de la actividad agraria con el espacio rural [...]. La agricultura, en sus formas modernas y más desarrolladas, no puede reivindicar ya un vínculo privilegiado con el territorio, la región o el espacio local”<sup>34</sup>.

Para Alonso, “modernización equivale a desagrarización. [...] Ahora, el sector terciario 'se pone en primer lugar' en un contexto rural de postindustrialización”<sup>35</sup>. La propuesta estrella de diversificación económica del desarrollo rural europeo, el turismo rural, absorbe una proporción mínima del empleo destruido en el sector agrario<sup>36</sup>, pero se han empleado en ella grandes sumas de dinero por cada nuevo puesto de trabajo. El apoyo explícito a las explotaciones y territorios menos “competitivos” se ha limitado a medidas indirectas y de rango menor, dentro un presupuesto general para el desarrollo rural muy limitado (hasta el 25% del presupuesto de la PAC en el periodo 2014-2020). En la mayor parte de los casos el apoyo al turismo rural (por medio de los fondos LEADER, principalmente) ha venido acompañado del abandono de la agricultura en aquellas zonas marginales (o periféricas del desarrollo agrario) en las que el primer pilar de la PAC no alcanzaba a dinamizar unas estructuras agrarias inadecuadas para su inserción en los mercados globales<sup>37</sup>. En resumen, “la pretendida diversificación económica en muchos casos no procede de la creación de nuevos empleos, sino de la desaparición y pérdida de peso relativo de los empleos agrarios y del incremento correlativo de los no agrarios [...] (ya que) las áreas rurales más genuinas continúan inmersas, salvo contadas excepciones, en un proceso de pérdida de población”<sup>38</sup>.

La visión oficial del desarrollo rural nos recuerda al mismo enfoque de la *transferencia de tecnologías* aplicada por los extensionistas estadounidenses en el Plan Marshall, y que Freire (1969) denominó “invasión cultural”. Esta visión parte de la presunta incapacidad de las comunidades rurales para construir y mejorar sus propias formas de vida<sup>39</sup>. La pretensión de la inserción de las economías rurales en la economía mundo como motor del desarrollo rural choca con las clásicas críticas al desarrollo surgidas desde el mundo “subdesarrollado”, que señalan la

34 M. Mormont (1994), “La agricultura en el espacio rural europeo”, *Agricultura y Sociedad*, 71.

35 L. E. Alonso (1990), “Agrarismo, populismo y división internacional del trabajo”, *Agricultura y Sociedad*, 55.

36 16.800 puestos de trabajo creados en España hasta 2005 (Molinero, 2006), frente al millón de empleos perdidos en el sector primario desde la entrada en la UE.

37 J. Gómez Mendoza (2001), “Las ‘nuevas’ funciones socioeconómicas y medioambientales de los espacios rurales”, en García Pascual (coord.), *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades*, Madrid, MAPA.

38 Molinero (2006), *ibidem*.

39 P. Freire (1969), *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, México, Siglo XXI.

modernización y mercantilización de las producciones de los territorios periféricos como el origen del propio subdesarrollo, así como de su perpetuación<sup>40</sup>. Los incipientes emprendimientos rurales salen a competir a la economía mundial en una situación de clara desventaja frente a los grandes conglomerados transnacionales, lo cual puede llevar al mismo círculo vicioso de dependencia y subdesarrollo. Los fondos destinados a la dinamización de este tipo de emprendimientos –como, por ejemplo, LEADER y FEADER– se convierten en muchos casos en una expansión de los mercados de las empresas globales de servicios, en transferencias de capital desde los poderes públicos a estas empresas, y en pérdida de autonomía económica de las comunidades rurales. Por ende, el mismo concepto de desarrollo, entendido como crecimiento ilimitado, supone una simple irracionalidad cuando se analiza desde un enfoque ecológico, físico o material.

En último término, los modelos de desarrollo impuestos olvidan preguntar al supuesto sujeto del desarrollo –la población rural– por el modelo de territorio y de desarrollo que desean. Y olvidan en su análisis la consideración de las componentes sociales de la economía no contables en dinero, tales como aquellas relacionadas con las tareas reproductivas domésticas y las desigualdades de género, que se sitúan en el centro de la crisis demográfica –envejecimiento y masculinización– en el medio rural posindustrial. Como plantea Luis Camarero al hacer crítica del desarrollo rural, “los territorios existenciales son espacios de convivencia, y no solo de producción y de consumo”<sup>41</sup>.

---

40 R. Prebisch (1949), “El desarrollo en América Latina y algunos de sus principales problemas”, *El Trimestre Económico*, 16 (63). A. Gunder Frank (1979), “Acumulación dependiente y subdesarrollo”, México, Era. H. W. Singer (1981), “Tendencias recientes del pensamiento económico sobre países subdesarrollados”, en *Estrategia del desarrollo internacional, Ensayos sobre el atraso económico*, México, Fondo de Cultura Económica.

41 L.A. Camarero (2009). “*La sostenible crisis rural*”. Documentación Social, 155.

## 2 Las propuestas de la agroecología y la soberanía alimentaria

El término *agroecología* surgió en los años setenta como respuesta a las primeras manifestaciones de la crisis ecológica en el campo. No obstante, el término es de nuevo acuñado en 1983 por Altieri como “las bases científicas para una agricultura sustentable”<sup>42</sup>. Gliessmann la define diez años más tarde como “el funcionamiento ecológico necesario para hacer una agricultura sustentable”<sup>43</sup>. Más tarde el concepto incorpora las prácticas y conocimientos de origen campesino que han mostrado una sustentabilidad histórica; y por medio de la interacción de sus impulsores latinoamericanos con, entre otros, los españoles del ISEC<sup>44</sup> incorpora a la construcción del concepto criterios históricos y sociales, recogiendo las lógicas de la economía campesina (no capitalista)<sup>45</sup>.

Sevilla Guzmán (2006) la define como “el manejo ecológico de los recursos naturales a través de formas de acción social colectiva que presentan alternativas al actual modelo de manejo industrial de los recursos naturales mediante propuestas, surgidas de su potencial endógeno, que pretenden un desarrollo alternativo desde los ámbitos de la producción y la circulación alternativa de sus productos, intentando establecer formas de producción y consumo que contribuyan a encarar la crisis ecológica y social, y con ello a enfrentarse al neoliberalismo y a la globalización económica”<sup>46</sup>.

La agroecología se expresa en distintas dimensiones, que podríamos agrupar en tres:

- Una *dimensión ecológica y técnico-agronómica*, que desarrolla una visión integral y sistémica del proceso productivo, concediendo gran importancia a los aspectos

42 M. A. Altieri (1999), *Agroecología. Bases científicas para una agricultura sustentable*, Montevideo, Nordan.

43 S. R. Gliessmann (2002), *Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible*, Turrialba, LITOCAT-CATIE.

44 Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, Universidad de Córdoba. <http://redisec.ourproject.org>.

45 ¡Otro texto clave en el desarrollo académico de la agroecología en el Estado español es G. I. Guzmán Casado, E. Sevilla Guzmán y M. González de Molina (2000), *Introducción a la Agroecología como desarrollo rural sostenible*, Madrid, Mundi-Prensa.

46 E. Sevilla Guzmán (2006), *De la sociología rural a la agroecología*, Barcelona, Icaria.

ecológicos y de rediseño del agroecosistema, así como a las cuestiones relativas a eficiencia energética y a los flujos de otros recursos productivos de carácter físico. Pone el énfasis en que la estructura de los agroecosistemas tradicionales suele ser más compleja que la de los agroecosistemas actuales, que se manejan con lógicas modernas o industriales, así como en el manejo de la biodiversidad en el tiempo y el espacio, que les confiere mayor estabilidad y confiabilidad.

- Una *dimensión socioeconómica y cultural*, centrada en las condiciones de reproducción social de las comunidades rurales y agrarias, de forma que les permitan permanecer en la actividad agraria, a la par que mejorar el estado de los recursos naturales. Para ello, se centra en la revalorización de los recursos locales (materia orgánica, conocimientos de los agricultores, variedades de cultivo y razas ganaderas tradicionales, paisaje...); en la puesta en valor de los recursos naturales y las culturas locales; en la articulación de lo agrario con otras actividades económicas (transformación agroalimentaria, agroturismo, educación ambiental, etcétera); y en el desarrollo de canales cortos de circulación de los productos locales que permiten a los y las productoras la captación de un mayor valor añadido por los alimentos que cultivan.
- Una *dimensión sociopolítica*, que se sitúa en una perspectiva de incidencia en los espacios de toma de decisiones en el sistema agroalimentario, del nivel local al global, de cara a cuestionar políticas que puedan dificultar los proyectos locales de sustentabilidad, y a impulsar otras que les puedan abrir espacio. Esta dimensión contempla las alianzas con otros grupos sociales alrededor de lo agroalimentario y se sitúa en una perspectiva global, a través del concepto de *soberanía alimentaria*.

Para la agroecología, la agricultura se sitúa en el centro de los procesos de desarrollo local sustentable, al ser esta actividad la que articula más directamente la relación entre sociedad y ecosistemas, a través de procesos históricos de coevolución. Se pretende recuperar los elementos del manejo tradicional local que, a lo largo de los siglos, han demostrado ser útiles para la sustentabilidad social y ecológica. Y, a la vez, volver a ponerlos en funcionamiento, en diálogo con el conocimiento científico moderno, en fórmulas apropiadas a la situación actual y al potencial endógeno locales. Desde este “diálogo de saberes” se pretende activar procesos de transformación social, hacia una mayor sostenibilidad social y ecológica en el entorno local y en escalas superiores.

Para Ploeg *et al.* (2002)<sup>47</sup>, la agricultura y la ganadería ecológicas, ligadas a otras iniciativas sociales, son la plasmación más consistente de las estrategias agroecológicas desarrolladas por los y las agricultoras en la UE. Estas generan procesos de transición desde modelos “industrializados” de producción agraria hacia modelos “agroecológicos” a través de la “revalorización de los recursos locales, la articulación

---

47 J. D. Ploeg, N. Long y J. Banks (2002), *Living Countrysides. Rural development processes in Europe: the state of art*, Doetinchem, Elsevier.

con otras actividades económicas y el desarrollo de canales cortos de comercialización". A pesar de que aún quedan pendientes de integración en estas propuestas importantes problemas de tipo social y ecológico, como su alta dependencia de las subvenciones, la dependencia de los combustibles fósiles y su orientación a los mercados globales.

Para Wezel *et al.* (2009), la agroecología es entendida en tres distintos sentidos. En primer lugar, como una disciplina científica que trata de integrar el estudio del sistema agroalimentario desde una perspectiva de sustentabilidad ecológica, social, cultural y económica. En segundo lugar, como una práctica agronómica ligada a la agricultura ecológica, pero diferenciada de esta en una mayor exigencia en los aspectos sociales que atañen a la producción y circulación de los alimentos, un mayor énfasis en el manejo de la biodiversidad, y el cierre de ciclos de energía y materiales en las fincas. En tercer lugar, se entiende como un movimiento social que atraviesa los territorios urbanos y rurales, y que se desarrolla tanto en el Norte como en el Sur globales, hacia la sostenibilidad y la equidad en el sistema agroalimentario<sup>48</sup>. Es en esta última acepción de la agroecología –como movimiento social– en la que nos centraremos en las siguientes líneas.

## El ecologismo social y la agroecología

La agricultura ecológica llega al Estado español en los años setenta de la mano de neorrurales centroeuropeos, y se extiende en mayor medida de la mano del movimiento neorrural doméstico de los años ochenta, mientras la reconversión del sector agrario y el éxodo rural vivían sus momentos más dramáticos. A finales de los años ochenta surgen también los primeros grupos de consumo de alimentos ecológicos, en lo que sería un incipiente movimiento social de profundas raíces ecologistas, y muy crítico con el modelo económico capitalista y con la sociedad urbano-industrial. A finales de los años ochenta surge en la Universidad de Córdoba el Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC), que desde 1992 pone en marcha un programa de doctorado en Agroecología que tendrá un fuerte impacto en la academia y en ciertos movimientos sociales en Latinoamérica.

De la mano de su trabajo de acompañamiento a los movimientos jornaleros en Andalucía y sus apoyos en Latinoamérica, el ISEC introduce en el Estado español la agroecología como movimiento social. Esta convergencia entre academia y movimientos sociales en Andalucía generó en los años noventa un importante desarrollo de cooperativas de producción ecológica ligadas al Sindicato de Obreros del Campo (SOC), así como de grupos de consumo en las ciudades andaluzas. Estas iniciativas andaluzas lanzaron al resto del Estado español las propuestas agroecológicas, que se fueron traduciendo en numerosos proyectos sociales que transponían la teoría agroecológica también a contextos urbanos o periurbanos,

48 A. Wezel, S. Bellon, T. Doré, C. Francis, D. Vallod y C. David (2009), "Agroecology as a science, a movement and a practice. A review", *Agronomy for Sustainable Development*, 29.

como podrían ejemplificar, desde principios del presente siglo, Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!) en Madrid o la Xarxa Agroecològica de Catalunya.

Mientras tanto, los impactos negativos del modelo agroalimentario industrial y globalizado saltaban al debate público desde muy diversos puntos de vista, señalando el aspecto sanitario como el más candente en las sociedades urbanas (gripe A, vacas locas, pollos con dioxinas, etcétera). En el Estado español, la movilización que probablemente abrió al conjunto de la población una visión más crítica del modelo territorial y agrario fue la que se produjo en contra del Plan Hidrológico Nacional, publicado en 1998, que alcanzó sus mayores movilizaciones en contra del trasvase Ebro-Segura en Cataluña y Aragón. La explosión urbanística en la primera década del siglo XXI trajo también el surgimiento de multitud de movilizaciones y organizaciones en lo que se han llamado “Plataformas en defensa del territorio”, que se han expresado a lo largo de todo el territorio nacional, y especialmente en toda la costa mediterránea.

Estos movimientos podrían ser catalogados dentro de lo que se ha llamado movimientos NIMBY<sup>49</sup>: “No en mi patio trasero”, que plantean resistencias a las agresiones al medio ambiente en el ámbito local y regional, pero que no llegan a articular propuestas desde una crítica más profunda del modelo económico generador de esos impactos. Sin embargo, en su desarrollo emergió la importancia de la conservación del “patrimonio agrícola”, rescatando los valores ecológicos, sociales y culturales del mismo, y remarcando la importancia de la agricultura de pequeña escala, familiar o territorial, para mantener un territorio articulado y una gestión sostenible del mismo. Esta perspectiva se situaba más allá de las contradictorias consignas de la Política Agrícola Común de la Unión Europea y de las circunstancias llamadas de atención de los movimientos ciudadanistas.

Desde visiones más críticas con el capitalismo global también se han articulado alianzas interesantes que vienen a superar distancias históricas entre algunos diversos actores sociales implicados en el sistema agroalimentario. Así, desde principios de siglo podemos ver juntas en diversas movilizaciones a organizaciones agrarias con organizaciones ecologistas; a asociaciones del medio rural, con otras del medio urbano; o a algunas del sector productor, con las de las personas consumidoras de sus productos. La interconexión de las problemáticas socioecológicas del campo y de la ciudad se comenzaba a percibir, así como los absurdos y disfunciones que genera esta dualidad en las formas de pensar el territorio y la economía.

Quizá también se comienza a percibir la importancia de las actividades económicas del sector primario para el conjunto de la sociedad, como proveedoras de bienes absolutamente imprescindibles (como la alimentación), así como de servicios de gran importancia, como el de sumidero –o emisor– de gases de efecto invernadero, la reproducción de culturas y paisajes tradicionales, la generación de biodiversidad cultivada, etcétera. Para un creciente número de personas y organizaciones sociales, el campo de batalla agroalimentario supone una vía directa para imaginar nuevos mundos posibles más sostenibles social y ecológicamente.

---

49 Del inglés: “Not In My BackYard”.

Hoy la agricultura ecológica está fuertemente asentada en el territorio español, y cubre más del 5% de la superficie cultivada, tiene importantes tasas de crecimiento anual y supone una alternativa importante para muchas explotaciones agrarias. Lo que representaba de alternativa sociopolítica y de movimiento social ha sido eclipsado por su “convencionalización”, al ser tratada como un nuevo producto “de nicho” o de élite que circula a través de los mismos canales comerciales que el resto de alimentos, desvinculado del territorio y de sus condiciones de producción. Sin embargo, diversas organizaciones y movimientos sociales han hecho de la agroecología un eje de acción importante en sus agendas, al percibir su potencial en la construcción de nuevos modelos sociales. Y cada vez más personas productoras de alimentos transforman sus formas de manejo agrario en base a las propuestas agroecológicas o de otras propuestas relacionadas, como la agricultura biodinámica o la permacultura.

A través de conceptos como los de agroecología y soberanía alimentaria resulta fácil imaginar un presente más cercano a las ideas del ecologismo social, el decrecimiento, la transición a una sociedad posfosilista o la descentralización económica y política que nos pueda acercar a una democracia radical. Este nuevo escenario está permitiendo la eclosión de interesantes iniciativas de experimentación de alternativas adaptadas a las problemáticas territoriales y agrarias de las sociedades posindustriales, desde paradigmas no capitalistas y estrechamente conectadas con los tejidos sociales locales y de base<sup>50</sup>. Un elemento destacable de este tipo de movimientos es su apuesta por una nueva cultura política, que pretende superar las dualidades entre Estado y mercado –lo público y lo privado– y entre sociedad y naturaleza, hacia nuevas formas de gestión de los recursos naturales y sociales construidas alrededor de lo comunal o colectivo.

En este sentido, en los últimos años numerosas organizaciones sociales se han volcado en la promoción de la agroecología<sup>51</sup>. Se multiplican los encuentros, seminarios, publicaciones y jornadas que tratan de promover, fortalecer y articular los centenares de iniciativas que desde la producción, el consumo, la formación o la comunicación tratan de desarrollar las propuestas agroecológicas. A su vez, un creciente número de administraciones locales están implementando planes de desarrollo local inspirados en las ideas de la agroecología, desde muy diversas interpretaciones<sup>52</sup>. A partir de la creación de la Alianza por la Soberanía Alimentaria de

50 Se puede acceder a un interesante proceso de autorreflexión de iniciativas de este corte en Autoría Colectiva (2006), *Los pies en la tierra. Experiencias y reflexiones hacia un movimiento agroecológico*, Barcelona, Virus.

51 A través, por ejemplo, de la creación del Área de Agroecología, Soberanía Alimentaria y Mundo Rural de la Confederación de Ecologistas en Acción; o con la creación de una revista y un portal web con el nombre de *Agroecología* en la Sociedad Española de Agricultura Ecológica.

52 Hemos desarrollado una descripción más detallada de este tipo de iniciativas en D. López y G. Tendero (2014), “Sembrando alternativas. Un pequeño manual práctico de dinamización local agroecológica”, Madrid, Campo Adentro. También disponible en descarga digital en <https://seminariodlae.wordpress.com/>.

los Pueblos, en 2008, diversas redes territoriales por la soberanía alimentaria (mayormente, de ámbito autonómico) vienen impulsando procesos de fortalecimiento y articulación de las redes territoriales de producción y consumo de alimentos ecológicos, así como la lucha contra los cultivos transgénicos. Y especialmente tras el estallido del denominado “movimiento 15M”, en 2011, numerosas asambleas de barrio han incorporado las propuestas agroecológicas para implementar formas de economía, de socialidad y de habitar los territorios urbanos desde lógicas alternativas, como grupos de consumo y los huertos urbanos comunitarios<sup>53</sup>.

## **La soberanía alimentaria como propuesta global de transformación social y ecológica**

Toledo (2000)<sup>54</sup> diferencia dos focos de resistencias actuales a la modernización, especialmente en el medio rural. Uno, ubicado en ciertas “islas o espacios de premodernidad o preindustrialidad [...] en aquellos enclaves donde la civilización occidental no pudo o no ha podido aún imponer y extender sus valores, prácticas, empresas y acciones de modernidad”, que correspondería con las culturas campesinas e indígenas que han podido mantener el “control cultural” sobre la evolución de sus formas de manejo de los recursos naturales. Y otro ámbito, que califica como posmoderno, constituido por la “gama polícroma de movimientos sociales y contraculturales”, que critican la globalización capitalista y tratan de construir alternativas a la misma en las líneas que estamos presentando, desde sociedades modernas, industriales o, especialmente, posindustriales.

Dentro de las resistencias premodernas encontramos toda una gama de pueblos que han resistido a la modernización. Las prácticas de resistencia emprendidas para conservar el control cultural sobre sus formas de hacer han debido ser complementadas con prácticas de lucha por conservar, a su vez, el control o la autonomía sobre sus medios históricos de subsistencia. Tal es el caso en las últimas dos décadas, por ejemplo, de las luchas de las mujeres Chipko contra la deforestación comercial en la India, el alzamiento zapatista en México, las movilizaciones mapuches contra las presas en la cuenca del Bio-Bio (Chile), las luchas por el reconocimiento del derecho de propiedad colectiva de las comunidades afrodescendientes en el Caribe colombiano o las luchas por el agua en Cochabamba (Bolivia).

Estas prácticas encajarían en el denominado “ecologismo de los pobres”<sup>55</sup>, como prácticas de lucha por la justicia ambiental, y emergen desde la dependencia directa de la reproducción de los recursos naturales locales para la reproducción de las comunidades. Muchos de estos focos de resistencia adoptan, a su vez, prácticas de lucha que podríamos calificar de posmodernas, debido a la combinación de estrategias de construcción, visibilización y ampliación a la sociedad en general del

53 Como ejemplo del desarrollo de este tipo de iniciativas, puede consultarse el sitio web de la Red de Huertos Urbanos de Madrid: <https://redhuertosurbanosmadrid.wordpress.com/>.

54 V. M. Toledo (2000), *La paz en Chiapas*, México, Ediciones Quinto Sol SA de CV.

55 J. Martínez Alier (2005), *El ecologismo de los pobres*, Barcelona, Icaria.

conflicto público a través de las nuevas tecnologías de la comunicación, las alianzas con nuevos actores sociales globales o la recreación de identidades indígenas o campesinas que hasta el momento no habían sido explicitadas como actor político en el escenario global.

Las resistencias a la modernidad expresadas por este tipo de actores toman cuerpo en la articulación global de Vía Campesina, organización que agrupa desde 1993 a 150 organizaciones nacionales y locales de campesinos e indígenas en 70 países y 4 continentes. La propuesta de alternativas a la globalización capitalista lanzada por Vía Campesina, especialmente en el sector agroalimentario, se centra en torno al concepto de soberanía alimentaria, entendida como el derecho de los pueblos a decidir sobre su sistema agroalimentario, dándole prioridad a las necesidades alimentarias de la población sobre el mercado, y reconociendo el derecho de las comunidades campesinas al acceso a los medios de producción<sup>56</sup>. La soberanía alimentaria pone en el centro de su propuesta el valor de uso y el derecho histórico al uso comunal de los medios de producción, por encima de la propiedad privada. Y plantea nuevas perspectivas en sus demandas globales de Reforma Agraria, más allá de visiones industrialistas de la producción.

El concepto de soberanía alimentaria también ha permeado de forma importante en las sociedades posindustriales, y supone en la actualidad una parte importante de las resistencias urbanas a la civilización urbano-industrial. Más en concreto, en el Estado español diversos autores hablan de un movimiento agroecológico y de un movimiento por la soberanía alimentaria<sup>57</sup>, que toma un cuerpo formal en la Plataforma Rural<sup>58</sup> y las Alianzas por la Soberanía Alimentaria de los Pueblos, pero también en los centenares de iniciativas locales que emergen día a día. Estas encontraron un momento importante de coordinación a nivel europeo en 2011 en el encuentro Nyéléni Europa, impulsado, entre otras organizaciones, por la Coordinadora Europea Vía Campesina.

Estos movimientos centran su actividad en la construcción de alianzas ciudadanas entre el sector agrario y el resto de la sociedad, con el protagonismo de las organizaciones agrarias más cercanas a la soberanía alimentaria. A través de estas alianzas se están desarrollando canales cortos de comercialización, redes de apoyo a la nueva instalación de jóvenes en el medio rural y en la actividad agraria, campañas para la recuperación y defensa de la libre circulación de semillas y razas ganaderas tradicionales, luchas contra los organismos modificados genéticamente (OMG) o propuestas por una legislación diferencial para la pequeña transformación agroalimentaria ligada a las fincas de producciones primarias. El apoyo de las sociedades

56 P. Rosset (2004), "Food Sovereignty: Global Rallying Cry of Farmer Movements", Institute for Food and Development Policy Backgrounder, 9, 4.

57 Entre otros: Autoría Colectiva (2006), *Los pies en la tierra. Experiencias y reflexiones hacia un movimiento agroecológico*, Barcelona, Virus. A. Calle y D. Gallar (2010), "Nuevos movimientos globales. Agroecología: el caso de Europa", *paper* presentado al ISDA 2010, Montpellier. D. López y G. Tendero (2013), *Sembrando alternativas*, ob. cit.

58 [www.plataformarural.org](http://www.plataformarural.org).

urbanas a los movimientos sociales campesinos se está revelando como altamente poderoso, tal y como se muestra en los avances a nivel mundial de Vía Campesina por articular coordinaciones estables entre campesinado y organizaciones de ámbito mundial que representan a grupos sociales no agrarios<sup>59</sup>. Máxime en las sociedades posindustriales, en las que el campesinado y sus estructuras organizativas se encuentran debilitados.

Las propuestas de la soberanía alimentaria suponen un espacio de encuentro para la toma de responsabilidad del conjunto de la sociedad sobre su modelo agroalimentario. Esto se muestra especialmente urgente en estos momentos en que la escasez creciente de recursos naturales –petróleo, agua, tierra, minerales, bosques, etcétera– multiplica la crisis financiera y nos hace entrever un futuro en lucha despiadada por el acceso a los mismos. Las reflexiones al respecto están llevando a reconstruir los tejidos agrarios locales también en el Norte global, como forma de, por un lado, sensibilizar a la población sobre los impactos negativos de la agricultura globalizada y, por el otro, de generar alternativas reales que reduzcan la presión de los mercados globales sobre el campesinado del Sur. Desde esta idea, campesinos/as del Norte y del Sur no tienen por qué estar en competencia por marcar los precios a la baja, sino que pueden cooperar y enfrentarse juntos a la globalización agroalimentaria.

Es un concepto con gran potencia comunicativa y que permite generar importantes consensos respecto a la necesidad de mantener una agricultura y un medio rural vivos y a la vez productivos y sostenibles. En el cuadro 1 trato de apuntar algunas de las ideas principales en este proceso de adaptación de las propuestas de la soberanía alimentaria a nuestros territorios.

### **Cuadro 1. Notas para una agenda para la soberanía alimentaria en territorios del Norte global**

- *Por una alianza entre sociedad y sector agrario.* La producción agraria es un bien social colectivo, y toda la sociedad debe hacerse responsable de ella. Sabemos que el mercado y los Estados nos están llevando a una crisis agroalimentaria a nivel global, con importantes implicaciones sociales, territoriales y ecológicas. En este sentido, distintas organizaciones de agricultores/as, ONG para la cooperación Norte-Sur, ecologistas, de consumidores/as, del campo y de la ciudad, etcétera, estamos convergiendo para construir la soberanía alimentaria en lo local, aquí también, impulsada conjuntamente por todos los actores en juego.
- *Producción agroecológica y campesina, más allá de la agricultura ecológica certificada.* La agricultura ecológica aporta innumerables beneficios ecológicos en sus formas de producción, al eliminar el uso de sustancias químicas de síntesis. Pero en muchos casos conserva la misma lógica industrial y capitalista de producción que la agricultura

59 Por ejemplo, la Marcha Mundial de las Mujeres; en el caso de los movimientos ambientalistas, con Friends of the Earth International; o con la red internacional Urgenci, en el caso del consumo organizado y solidario.

convencional. La producción ecológica es un mínimo que debemos exigir y promover en nuestra alimentación cotidiana, pero debemos ir mucho más allá de la certificación, hacia modelos agrarios locales y verdaderamente agroecológicos.

- *Por los canales cortos de distribución.* Los precios finales de los alimentos suponen una media de cuatro veces los precios percibidos en origen por los/as productores/as<sup>60</sup>. Los/as consumidores/as debemos buscar formas lo más directas posibles de relación con la producción (en asociaciones de consumidores, mercados locales, etcétera) para que los precios bajen para el consumo y permitan una vida digna para los y las productoras. Los supermercados, por mucha certificación que tengan, ya sea social, local, de calidad o de agricultura ecológica, no son alternativa.
- *El valor de la alimentación como una construcción al servicio de la comunidad.* Los precios de los alimentos se mantienen bajos a costa de la explotación de los trabajadores de los países empobrecidos, la degradación de los ecosistemas productores y el petróleo barato y seguro a costa de guerras. Los precios baratos han destruido también nuestro tejido productivo local, así que debemos pensar que una alimentación justa, sana y sostenible ha de ser pagada no por subvenciones de la UE que arrasan con el mercado mundial, sino con un precio remunerador que cubra los verdaderos costes de producción. Esta posibilidad se facilita si eliminamos intermediarios, pero también si eliminamos otros consumos superfluos y a menudo más nocivos. Porque somos lo que comemos...
- *Por el acceso a la tierra, la vivienda rural y otros medios de producción.* Hoy en día la propiedad de la tierra está más concentrada que antes de la Revolución española de 1936. Y en aquel tiempo la desigualdad nos llevó a una Guerra Civil. Cada día es más difícil que las personas jóvenes se instalen en la actividad agraria y en el medio rural, pues los precios inmobiliarios se fijan en base a la especulación. Necesitamos más personas agricultoras para un mundo rural vivo, y para fortalecer la soberanía alimentaria en nuestros territorios. Y para eso es necesario facilitar el acceso a los medios de producción. Y necesitamos conservar las tierras y bienes comunales para poder asegurarnos acceso a tierra y agua en el futuro inmediato y en el de las generaciones venideras.
- *Por la conservación del conocimiento tradicional.* La generación de campesinos y campesinas que hoy tiene más de 70 años se está muriendo, y son los únicos que saben producir comida de forma sostenible, como se hacía en el Estado español antes de la Revolución Verde. La desaparición de su conocimiento práctico es un problema irreversible que, como sociedad, no podemos asumir. Hay que volver a producir para que no se pierda el trabajo y el conocimiento acumulados durante siglos por las sociedades campesinas adaptando semillas, bosques y vegas, construyendo acequias, norias, molinos y caminos, y desarrollando las instituciones que han permitido históricamente el uso sostenible de los recursos naturales de forma comunal.
- *O mejor aún: cultiva tú también.* Es difícil pensar que, hoy en día, vaya a haber un movi-

60 Es posible seguir la evolución mensual de la diferencia de los precios agrarios en origen y destino para los alimentos frescos en el Estado español en <http://www.coag.org/index.php?s=html&n=de17fe1e436f03b43409ecceaa6fa75>.

miento migratorio masivo de las ciudades al campo. Tampoco sería positivo. Sin embargo, en las ciudades también es posible la producción agraria, siquiera como forma de ocio saludable, o como forma de socialización, o como práctica de autonomía personal. En un solar abandonado, en mi balcón o visitando las huertas de alguna productora cercana y ayudando allí. Retomar el contacto con la tierra es bueno y divertido, y nos acerca a comprender el valor de la comida y las consecuencias de que estemos aglutinados en las grandes concentraciones urbanas.

- *Por la biodiversidad cultivada y contra los transgénicos.* Las variedades vegetales y las razas animales creadas por las sociedades campesinas han permitido obtener alimentos en una gran variedad de ecosistemas y en base a la gran diversidad de culturas que hay en el mundo, y son un seguro de vida colectivo frente el cambio climático. Las multinacionales semilleras intentan controlar los bancos de semillas públicos y cambian las leyes para controlar una biodiversidad creada por el campesinado. Y sus semillas transgénicas nos traen el peligro de contaminar todo este patrimonio genético. Debemos impulsar la libre circulación e intercambio de material genético por medios tradicionales y eliminar los transgénicos, ¡¡porque la coexistencia es imposible!!
- *La integración de agricultura, pastoreo y silvicultura, en el centro de la sostenibilidad.* En la actualidad se consume demasiada carne, y sabemos que producir un kilo de carne consume diez veces más recursos que producir las mismas calorías de origen vegetal. Además, el modelo industrial de ganadería es altamente contaminante, se basa en los piensos transgénicos y está generando graves problemas sanitarios y ecológicos. Sin embargo, el pastoreo extensivo es necesario para mantener la diversidad paisajística y de ecosistemas y para proteger los bosques del fuego u otros peligros ecológicos. Debemos rediseñar los ecosistemas agrarios hacia la sostenibilidad, integrando todas las producciones del campo de forma equilibrada.
- *Por una transformación agroalimentaria artesanal.* Los escándalos alimentarios se originan, de hecho, en la gran industria agroalimentaria, pero en el Estado español lo que se penaliza es la pequeña industria artesanal, con una normativa que no diferencia Campofrío o El Pozo de una quesería tradicional de Picos de Europa. En la práctica, esto supone eliminar toda la diversidad de producciones artesanales y tradicionales locales, con sus propios métodos de conservación mejorados durante siglos, en bien de una industria que produce alimentos de baja calidad y que a menudo resultan tóxicos. Es necesario que la normativa reconozca esta diferencia, potenciando la pequeña industria artesanal que mantiene la diversidad de usos del campo y el empleo a través de actividades sostenibles en el medio rural.
- *La alimentación no es una mercancía.* Hay que sacar la agricultura de las negociaciones de la OMC y de los tratados multilaterales de comercio global, para proteger las pequeñas producciones locales en todo el planeta. La Política Agrícola Común de la UE, que emplea el 40% del presupuesto europeo, no puede seguir subvencionando un modelo agrario contaminante que produce alimentos de muy baja calidad, a la vez que hace desaparecer una explotación por minuto y arruina las economías locales de otros países. La investigación pública no puede apoyar un cultivo peligroso y minoritario como los transgénicos, ni producciones potencialmente tóxicas o contaminantes como en

la agricultura y ganadería convencionales. Por ello, la lucha para cambiar la PAC debe ser un espacio central para modificar el marco legal y presupuestario del sector agrario europeo hacia las propuestas de la soberanía alimentaria.

- *Del desarrollo rural alternativo a las alternativas al desarrollo.* Por los Bienes Comunes. En cualquier caso, el actual modelo urbano-industrial no es sostenible, con su producción y su consumo de masas. La ciudad, dependiente ecológicamente de los mercados globales, no es sostenible. Y mucho menos en tiempos de crisis y de escasez de petróleo. Debemos facilitar y organizar la vuelta al campo y la reconstrucción local de las economías hacia el equilibrio territorial, con mayores grados de autodependencia y descentralización política y productiva en todo el planeta. Para ello, además, es necesario proteger las muchas figuras históricas de propiedad comunal que hoy subsisten en nuestro territorio, y que suponen la esperanza para reconstruir formas sostenibles e igualitarias de vida en nuestro medio rural.

### 3 Propuestas de recampesinización para el medio rural de las sociedades posindustriales

Según algunos autores, la crisis del sector agrario en Europa está llevando a una transición hacia prácticas agrarias alternativas, alrededor de la multifuncionalidad de la actividad agraria, la reintensificación en el uso de mano de obra, los recursos endógenos y el conocimiento local, y la relocalización de las economías. Prácticas que, si bien siguen siendo minoritarias, son de gran importancia para recuperar el control social sobre la asignación de valor en la cadena agroalimentaria y en el medio rural. Algunas de las personas que emprenden agriculturas alternativas están asumiendo una fuerte iniciativa en la dinamización social en el medio rural y para la construcción de alianzas con el medio urbano con el que se relacionan, de cara a generar alternativas a lo que Jan Douwe Van der Ploeg ha denominado “Imperio” agroalimentario<sup>61</sup>. Las formas económicas que están desplegando podrían mostrar rasgos de lo que se ha denominado “economía campesina”, pero alcanzan una proyección social que no encaja con las tradicionales imágenes conservadoras y pasivas del campesinado emitidas desde la ciencia social convencional<sup>62</sup>.

#### ¿De qué hablamos cuando hablamos de “campesino”?

Eduardo Sevilla Guzmán y Manuel González de Molina<sup>63</sup> plantearon en un texto ya clásico una definición de la “economía campesina”, en la que el sentido de la actividad económica campesina encuentra su objetivo principal en la reproducción social de la unidad familiar campesina<sup>64</sup> y, por extensión, de la comunidad local campesina, así como en la reproducción de los ecosistemas de los que tanto la

61 J. D. van der Ploeg, 2010 (*op. cit.*).

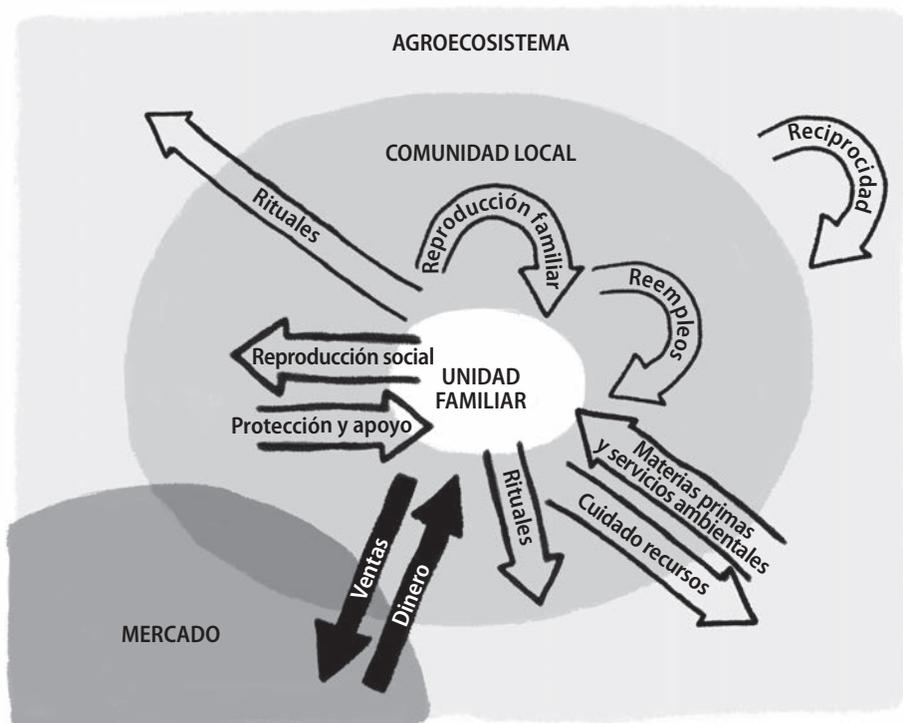
62 Podemos encontrar una excelente revisión de diversas visiones sociales sobre el campesinado en M. Badal (2014), “*Vidas a la intemperie. Notas preliminares sobre el campesinado*”, Madrid, Campo adentro.

63 E. Sevilla Guzmán y M. González de Molina (1993), “*Ecología, Campesinado e Historia*”, Madrid, La Piqueta.

64 Al hablar de “unidad familiar” se hace necesario realizar un esfuerzo de abstracción para vincular con esta idea las muy diversas formas de convivencia económica y habitacional en las sociedades postindustriales.

unidad familiar como la comunidad dependen (figura 3.1). En los históricos debates acerca de la economía campesina, “lo que confundía a los economistas no era otra cosa que la imposibilidad de separar la esfera productiva de la reproductiva. Vínculo que explica por qué una familia, cuando intuye que la escasez acecha, puede creer oportuno dejarse la piel a cambio de una cosecha insignificante. O, por el contrario, cuando entiende que sus necesidades están cubiertas, rechazar ese mismo trabajo”<sup>65</sup>.

**Figura 3.1. Representación de los flujos económicos dentro y alrededor de una unidad familiar campesina teórica. Elaboración propia a partir de Sevilla Guzmán y González de Molina (1993)**



Esta lógica resulta fácil de entender desde nuestra vida cotidiana: hacemos las cosas que hacemos por complejas combinaciones de motivaciones, costumbres y presiones externas de todo tipo. Pero para la lógica económica liberal esta visión no es lógica. Esta lógica, que hoy es descarnadamente hegemónica en nuestra sociedad, pretende que todo lo que hacemos en nuestras vidas se rige exclusivamente por la búsqueda de un beneficio monetario. Y el comportamiento de aquellas personas o grupos que no se rigen por el beneficio individual e inmediato solo se puede explicar mediante el atraso cultural y la necesidad.

65 M. Badal, 2014 (ídem.).

A la hora de hablar de economía campesina, hablamos de un tipo ideal de organización económica. Nos referimos precisamente a algunos rasgos que se repiten en ciertas formas de organización económica y que han permitido la subsistencia de infinidad de comunidades campesinas a lo largo de siglos e incluso milenios. Y cuando hablamos de economía campesina como modelo ideal, nos referimos tan solo a aquellas formas de organización socioecológica que, precisamente, han resultado exitosas en esta tarea. En palabras de John Berger, el hecho diferencial del campesinado consiste precisamente en que es una “clase de supervivientes” porque los que se seguían llamando campesinos a sí mismos “eran aquellos que continuaban trabajando, a diferencia de los muchos que morían jóvenes, emigraban o terminaban en la pobreza más total”<sup>66</sup>.

En líneas generales, esta supervivencia se ha logrado en base a la gestión sostenible de los ecosistemas de los que dependen directamente para su reproducción social, a través de la actividad agropecuaria, las artesanías y el desarrollo de tecnologías apropiadas a los distintos contextos socioculturales y ecológicos. De hecho, las sociedades campesinas han adoptado formas –sociales, culturales y ecológicas– extremadamente diversas a lo largo de la historia y en los múltiples territorios del planeta, para adaptarse a cada contexto específico que han habitado<sup>67</sup>. Y han coevolucionado de forma ininterrumpida junto con los ecosistemas que las han sostenido y con los diferentes imperios que las han subyugado. Este tipo de organización económica aún resulta cotidiana, siquiera parcialmente, en poco menos de la mitad de la población mundial.

Para John Berger, “a diferencia de cualquier otra clase trabajadora y explotada (y de las propias clases dominantes), el campesinado siempre se ha sustentado a sí mismo, y esto lo convirtió, hasta cierto punto, en una clase aparte. [...] Al obrero, al trabajar por dinero en una economía monetaria, se le puede engañar fácilmente con respecto al valor de lo que produce. Mientras que la relación *económica* del campesino con el resto de la sociedad siempre ha sido transparente”. Y es que la economía campesina siempre ha sido una economía dentro de otro sistema económico más amplio –hegemónico–, cuyas demandas de pago (ya fuesen diezmos, intereses compuestos, arriendos o trabajo obligatorio) debían ser siempre satisfechas antes de cubrir las propias necesidades de la familia campesina. “Para el campesino, las obligaciones que le imponía la sociedad tomaban la forma de un *obstáculo preliminar*”, y por ello la generación obligatoria de rentas para la clase dominante de turno no se podía denominar *plusvalía*<sup>68</sup>.

Para Walden Bello, la producción campesina se caracteriza por provenir de “pequeñas explotaciones familiares, (con producciones orientadas) principalmente para la subsistencia, pero de forma secundaria para obtener una ganancia económica a través de la venta de los excedentes”. Para este autor filipino también

66 J. Berger (1979), *Puerca tierra*, Madrid, Alfaguara.

67 “El mundo de los campesinos. [...] Un mundo que en realidad no era uno solo, sino un sinfín de pequeños mundos. Los pequeños mundos campesinos” (M. Badal, 2014, op. cit.).

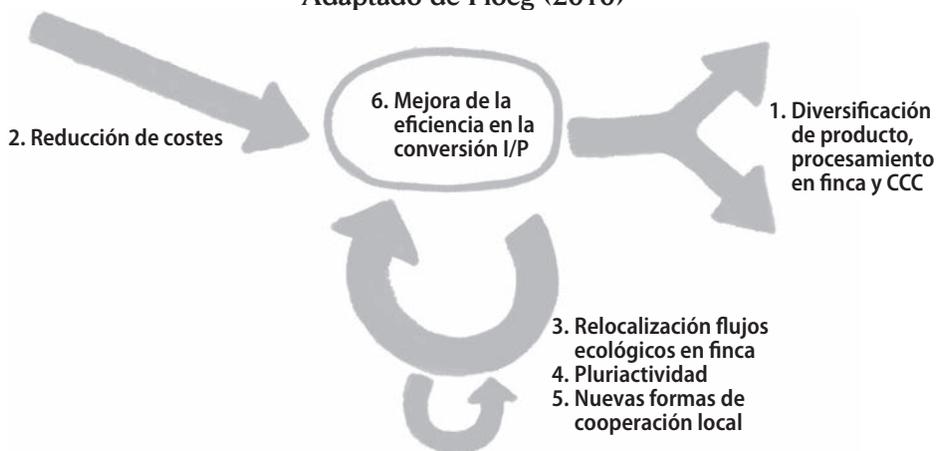
68 Ídem.

se pueden encontrar campesinos, por ejemplo, en los actuales Estados Unidos. A pesar de que en este país el 62% de los productores de menor tamaño suponen solo el 13% de las producciones totales, subsisten gracias a la ineficiencia ecológica de la agricultura de gran escala, la flexibilidad de la mano de obra familiar, y “finalmente una lógica distinta que no busca tanto la maximización del beneficio, sino la pervivencia a largo plazo como empresa familiar”. Lo que les permite adaptarse a los vaivenes del mercado con gran plasticidad. Para este activista contra la globalización agroalimentaria, “la *vía campesina* se convierte en una alternativa cada vez más importante, no solo para los campesinos, sino para todos los que se ven amenazados por las consecuencias catastróficas del modo de organización de la producción, de la comunidad y de la propia vida por parte del capital global”<sup>69</sup>.

Jan Douwe van der Ploeg asegura que en las últimas décadas asistimos en Europa y en otros territorios del Norte global a un proceso en el que cada vez se hacen más comunes las hibridaciones entre las formas de vida posindustriales y las campesinas. El enfoque de la “recampesinización” define el “modo campesino de producción agraria” en base a ciertos valores en la forma de entender la actividad agraria, en la línea de la “economía moral” que él asigna al campesinado. Plantea estrategias de reordenación del agroecosistema en base a la maximización en el manejo de biodiversidad y los recursos locales, de cara a una mayor eficiencia en el manejo. Para este autor, los rasgos campesinos en el presente toman forma en la diversificación y transformación artesanal de los productos obtenidos en la finca, la comercialización en circuitos cortos, la reducción de costes y la mejora de la eficiencia ecológica en la finca y en las nuevas formas de cooperación local entre explotaciones agrarias, así como con las redes organizadas de consumo consciente y responsable en los entornos rural y urbano (figura 3.2).

**Figura 3.2. Esquema de los procesos de recampesinización.**

Adaptado de Ploeg (2010)<sup>70</sup>



69 W. Bello (2012), “*Food Wars. Crisis alimentarias y políticas de ajuste estructural*”, Barcelona, Virus.

70 J. D. van der Ploeg (2010), *Nuevos campesinos*, Barcelona, Icaria.

## Lo “campesino” como referencia de una economía alternativa al capitalismo

Un elemento central para pensar propuestas políticas alternativas a la modernidad capitalista desde la agroecología y la soberanía alimentaria es el análisis del modelo campesino de producción. Según los teóricos de la economía campesina, la supuesta pasividad económica y política del campesinado consistiría en una estrategia no capitalista, en la que la intensidad en el empleo de los medios de producción no busca la reproducción del capital. Por contra, se centra en la satisfacción de las necesidades de la unidad familiar y la comunidad y, por lo tanto, en su reproducción. Para ello pondría el acento en el uso intensivo de mano de obra propia (ampliando la familia a la comunidad campesina por medio de formas de reciprocidad) y los recursos y tecnologías (conocimientos) locales, ligados en gran medida a su uso comunal. Esta lógica parece ser común a las muy diversas culturas campesinas a lo largo de todo el planeta, y se ha mantenido a lo largo de la historia y bajo las diversas hegemonías económicas y políticas que han subordinado al campesinado. Por lo tanto, ha demostrado ser profundamente estable y flexible (Chayanov, 1968)<sup>71</sup>.

Las ciencias sociales han considerado tradicionalmente al campesinado como “pueblo sin historia”<sup>72</sup>, cuyas formas sociales son apenas la desorganización que queda en los momentos históricos y espacios vacíos de las sucesivas hegemonías que han dominado cada parte del mundo. Como apunta Badal (2014), “el periodo más desconocido de la historia de Occidente es, probablemente, el que dista entre la caída de Roma y la consolidación del sistema feudal. No por casualidad parece que fue la época dorada de los campesinos”<sup>73</sup>. El campesinado apenas ha dejado textos escritos sobre sí mismo. Como pueblo subalterno, se le ha sido negada la palabra y la capacidad de acción política, al no reconocerse sus formas históricas de acción social y política<sup>74</sup>. Su existencia y sus demandas de espacio para reproducir sus formas de vida han sido combatidos a sangre y fuego desde la Edad Media, cuando fueron aniquilados por doquier. Y la guerra sin cuartel contra el campesinado continúa en la actualidad, con grandes dosis de violencia simbólica y física<sup>75</sup>.

Theodor Shanin los denominó “una clase incómoda”, probablemente, por las dificultades para encuadrarlos dentro de una definición teórica, pero también por

71 A. V. Chayanov (1968), *The Theory of the Peasant Economy*, Mánchester, The Manchester University Press.

72 E. R. Wolf (1989), *Europa y los pueblos sin historia*, México, Fondo de Cultura Económica.

73 M. Badal (2014), *Vidas a la intemperie. Notas preliminares sobre el campesinado*, Madrid, Campo adentro.

74 R. Guha (1983), *Elementary Aspects of Peasant Insurgency in Colonial India*, Delhi, Oxford University Press.

75 Por citar algunas referencias en esta línea, respecto a distintos tiempos históricos y hasta la actualidad: S. Federici (2010), *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*, Madrid: Traficantes de Sueños; K. Polanyi (2012), *La Gran Transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*, Madrid, FCE; R. Zibechi (2011), *Territorios en resistencia. Cartografía política de las periferias urbanas latinoamericanas*, Barcelona, Virus-Zambra.

el profundo cuestionamiento que plantean para las narrativas hegemónicas de la civilización occidental. De hecho, numerosos pensadores, en diversos periodos históricos y desde muy diversos enfoques teóricos, han alertado sobre la necesidad de “desruralizar” y “descampesinizar” a las comunidades campesinas. Marc Badal sigue ese rastro desde Balzac a Unamuno, desde los primeros economistas liberales hasta Everett Rogers y el resto de pensadores que dieron a luz a la extensión agraria de la modernización. También muchos pensadores se han apresurado a declarar la muerte del campesinado, desde Marx y Engels hasta Adorno, Hobsbawm y otros pensadores convencidos de que la liberación de los oprimidos emergerá del desarrollo del conocimiento técnico y de los medios de producción. “Avances” que han venido ligados a la concentración de almas en las grandes metrópolis posmodernas<sup>76</sup>.

El reconocimiento de la mera existencia del campesinado como forma socioeconómica con identidad propia pone en entredicho, por un lado, las pretensiones marxistas de unilinealidad histórica en el desarrollo de las fuerzas productivas. Y, por el otro, las hipótesis del “Fin de la Historia” como las de Fukuyama (1993), que proclamaron ya a finales del siglo XX el triunfo histórico y definitivo del capitalismo. Afirmar que el modo de producción campesino existe desde hace milenios con una lógica diferente a la capitalista significa reconocer la existencia del modelo socioeconómico de más de la mitad de la humanidad. Y no como un anacronismo presto a desaparecer, sino como una realidad presente y viva, en constante evolución e interacción con otros modelos. A su vez, significa afirmar que existen formas económicas viables –y mayoritarias– que no son capitalismo.

Como señala John Berger (1979), “nadie en su sano juicio puede defender la conservación y el mantenimiento del modo de vida tradicional del campesinado. El hacerlo equivaldría a decir que los campesinos deben seguir siendo explotados y que deben seguir llevando unas vidas en las cuales el peso del trabajo físico es a menudo devastador y siempre opresivo [...]. (Pero) despachar la experiencia campesina como algo que pertenece al pasado y es irrelevante para la vida moderna; imaginar que los miles de años de cultura campesina no dejan una herencia para el futuro; seguir manteniendo que es algo marginal a la civilización; [...] es negar el valor de demasiada historia y de demasiadas vidas. No se puede tachar una parte de la historia como el que traza una raya sobre una cuenta saldada”<sup>77</sup>.

Las teorías sobre la economía campesina se fueron desarrollando a lo largo del siglo XX en todo el planeta, con autores clave, como Theodor Shanin o Ángel Palerm, que rescataron las contradicciones en el propio marxismo acerca de la cuestión agraria. En el Estado español este enfoque eclosiona en los años noventa, con la publicación de diversos textos que conformaron una corriente autodenominada Neo-populismo Ecológico<sup>78</sup>. Estos autores conectaban las

76 Podemos encontrar referencias al respecto en K. Polanyi (2007), *La gran transformación*, Madrid, Fondo de Cultura Económica; W. Bello (2012) (*op. cit.*); M. Badal (2014) (*op. cit.*).

77 *Op. cit.*

78 Algunos autores encuadrados dentro de esta corriente serían, entre otros, Joan Martínez Alier, Eduardo Sevilla Guzmán y Manuel González de Molina.

propuestas chayanovianas con la “apreciación de la ecología como ciencia de los logros históricos de las formas campesinas de manejo de los recursos naturales y desarrollo de la biodiversidad, y el respeto a unos valores morales que pueden parecer premodernos, al considerar las relaciones entre humanos y naturaleza en términos de armonía, y no de subordinación o de mercantilización”.

La tradición sociológica europea de los estudios campesinos se trenza con diversas propuestas sociopolíticas de transformación social, tales como el narodnismo ruso y el anarquismo agrario<sup>79</sup>. También hoy la agroecología encuentra su razón de ser en la construcción de alternativas al manejo industrial de los recursos naturales dentro y contra el capitalismo global. Por ello las propuestas científicas y técnicas de la agroecología se trenzan con otras propuestas sociopolíticas actuales, provenientes de las ciencias híbridas relacionadas con la ecología; y de los movimientos sociales y políticos anticapitalistas.

Uno de los puntos de encuentro entre las diversas corrientes citadas es la demostración de la existencia de formas económicas mayoritarias a lo largo de la historia, y aún en la actualidad, organizadas en torno al valor de uso asignado por una comunidad determinada a un bien o servicio concreto. Estas formas económicas no capitalistas se diferencian de las sociedades capitalistas, cuya economía se construye alrededor del valor de cambio que se crea a través de la transformación de los bienes de consumo en mercancías. A partir de esta diferencia, el denominado modo campesino de manejo de los recursos naturales muestra un elevado potencial para el desarrollo de alternativas económicas al capitalismo. Las nuevas formas de las economías alternativas que hoy se desarrollan se construyen en base a una economía moral, a la construcción de intercambios equitativos, la economía del don y las relaciones de reciprocidad. Al igual que las tradicionales formas campesinas, ponen la reproducción de las comunidades humanas y de los ecosistemas en el centro de la economía, y no la reproducción ni la acumulación de capital.

En esta línea podemos situar enfoques académicos actuales en los que la investigación asume un compromiso con la transformación social, tales como aquellos ligados al indigenismo a través de la *etnoecología*, que pone el énfasis en las matrices socioculturales que presentan una racionalidad ecológica; en el reconocimiento de las formas comunales de economía y en la sostenibilidad en el manejo de los recursos naturales en base a la maximización en el uso de la biodiversidad<sup>80</sup>. También, los ligados al feminismo por medio de la *economía feminista*, que pone el acento en la reproducción de la vida y en la invisibilización de los trabajos de cuidados y otras tareas no monetarizadas, muchas de ellas

79 Eduardo Sevilla (2006) cita, como autor principal desde el narodnismo ruso, a Aleksander Vasilievich Chayanov (1968). Para el anarquismo agrario, destaca diversas obras de Piotr Kropotkin (1970, 1972, 1973).

80 V. M. Toledo y N. Barrera-Bassols (2008), *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*, Barcelona, Icaria.

englobadas en la denominada “economía reproductiva”<sup>81</sup>. O a la deconstrucción de la hegemonía cultural occidental-capitalista en torno a los *Estudios Subalternos* y los *Estudios Poscoloniales*, que tratan de recuperar el papel en la historia de los pueblos y clases sociales subalternas, especialmente campesinas<sup>82</sup>.

Las formas históricas campesinas pueden aportar enseñanzas interesantes para desarrollar alternativas al capitalismo y revertir los impactos sociales y ecológicos que este ha generado en los últimos siglos. Atendiendo a este potencial, cabe preguntarse por la persistencia de “lo campesino” en nuestros territorios o en nuestra capacidad por reconstruir las formas campesinas. Eso sí, desde la distancia. Como afirma Marc Badal, “provenimos de un mundo que no hemos conocido, y serán otros quienes nos cuenten cómo era. Los campesinos no pueden hacerlo. Han desaparecido y nunca escribieron su historia. [...] [El mundo campesino es] un lugar al que no querríamos volver, pero que quizá nos ayudaría a resituar el rumbo de nuestra deriva”.

## ¿Economía campesina en sociedades urbanas y capitalistas?

La tradición de los *Estudios Subalternos* considera al campesinado como actor subalterno en la colonización capitalista de los territorios periféricos. Entre estos territorios podemos incluir el medio rural europeo previo a la modernización agraria. Para estos autores, la transición al capitalismo, en la colonización, es un proceso que jamás se consumó de forma definitiva, sino que generó múltiples movimientos de *hibridación* entre la cultura moderna –colonizadora– y las distintas formas de campesinado existentes en el mundo. A pesar de la persistencia de importantes rasgos campesinos en estas formas híbridas actuales, esta transformación es, para estos autores, irreversible. Y, por lo tanto, no cabe una vuelta atrás en la búsqueda de “tradiciones ancestrales que antepone a la modernidad occidental, [...] sino de trabajar en la construcción de un marco más complejo de la propia modernidad, de abrirse al reconocimiento de una pluralidad de modernidades determinadas por distintas formas adoptadas en distintos contextos históricos y geográficos”<sup>83</sup>. La construcción de lo que, desde la agroecología, se denomina *modernidad alternativa*.

Las resistencias urbanas a la modernización agraria en el Norte global aportan una base sociopolítica que complementa otros procesos de transición social en el sector agrario en Europa. La crisis del sector está llevando a una transición hacia prácticas agrarias alternativas que siguen lógicas análogas a las campesinas, en cuanto a multifuncionalidad de la actividad agraria, reintensificación en el uso

81 Entre otras muchas obras, se pueden consultar al respecto: C. Borderías, C. Carrasco y C. Alemany (comps.) (1994), *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*, Barcelona, Icaria; A. Pérez Orozco (2005), “Economía del Género y Economía Feminista, ¿conciliación o ruptura?”, *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 10, 24.

82 Guha y Chakravorty (1988), *Selected subaltern studies*, Oxford, Oxford University Press.; S. Mezzadra (ed.) (2008), *Estudios Postcoloniales. Ensayos fundamentales*, Traficantes de Sueños. Madrid.

83 Mezzadra (2008) (*op. cit.*).

de mano de obra, recursos endógenos y conocimiento local, y relocalización de las economías. Prácticas que pretenden, en definitiva, recuperar el control social sobre la asignación de valor en la cadena agroalimentaria y en el medio rural. Y reequilibrar la orientación de la economía rural desde los valores de cambio hacia los valores de uso. Estas prácticas surgen como alternativas a la globalización agroalimentaria, y en ellas el papel del “neocampesinado” implicado requiere de un fuerte papel de dinamización social en el medio rural y en el medio urbano con el que se relacionan, que alcanza una dimensión de lucha social<sup>84</sup>.

Desde luego, en nuestros territorios ya no encontramos aquellos rasgos de “clase obrera virgen”, compuesta por las grandes masas de emigrantes rurales que traían bien fresca la cultura comunitaria campesina –la que hasta los años cincuenta del siglo XX era mayoritaria en el Estado español<sup>85</sup>–. Gracias a esta cultura de lo común y de las asambleas de los concejos de los pueblos, en los años setenta fue posible construir grandes movilizaciones de base, con funcionamiento mayoritariamente horizontal, junto con los movimientos más ideologizados de estudiantes urbanos. Sin embargo, ya queda poco de esto, y cuando hoy hablamos de reconstruir “espacios sociales capaces de reasignar colectivamente el valor de las cosas” en nuestro medio urbano, ya no podemos echar mano de una continuidad con la comunidad campesina –con nuestro pasado campesino– que se ha roto. Nos guste o no, las personas que hoy conformamos los movimientos de base vinculados con la agroecología o la soberanía alimentaria estamos socializadas en la competitividad, el individualismo y el narcisismo de la civilización urbano-industrial. Incluso aquellas personas que provienen de un entorno agrario, y que también han convivido y heredado la cultura campesina. Y cuando queremos hablar de construir comunidad, nos la tendremos que reinventar. Porque el pasado campesino, la mayoría de nosotros, no lo hemos conocido.

Cuando en la producción agraria, en los grupos de consumo, en los huertos urbanos comunitarios o en los proyectos rurales hablamos de “comunidad”, nos la estamos inventando a partir de nuestros prejuicios y de nuestras actuales formas de vida: urbanas, globalizadas, posmodernas, financiarizadas y dependientes del mercado. Y por ello mismo no nos está resultando fácil relacionarnos en base al bien común. Aunque quizá no tenemos otra opción, y la relocalización que buscamos para nuestra economía y nuestras democracias radicales se construye, necesariamente, en torno a una comunidad local “posmoderna”. Desde una perspectiva agroecológica, esto se está realizando a través de los lazos establecidos entre producción y consumo (campo y ciudad), a través de redes alimentarias alternativas para los alimentos ecológicos. Y con ello, a través de procesos de resignificación del territorio, de la calidad de los alimentos, de la cultura local y de lo tradicional.

También en torno a una nueva ruralidad en constante evolución, muy influenciada por la ciudad y también por numerosos neorrurales que pueden aportar valores y culturas políticas de la movilización. Estos nuevos actores rurales aportan

84 S. Pérez-Vitoria (2010), *El retorno de los campesinos*, Barcelona, Icaria.

85 Likiniano Elkartea (2001), *Todo el poder a la asamblea. Vitoria 3 de marzo de 1976, en sus documentos*, Bilbo, Likiniano Elkartea.

nuevas visiones en cuanto a la reasignación de valor a los recursos rurales, y a los propios proyectos de vida de las comunidades rurales, al facilitar el establecimiento de alianzas con el medio urbano, especialmente en cuanto al desarrollo de las redes alimentarias alternativas. Si bien el encuentro entre “antiguos” y “nuevos” pobladores no está exento, ni mucho menos, de conflictos<sup>86</sup>.

Estamos hablando, por lo tanto, de un enfrentamiento entre modelos productivos y entre filosofías políticas y económicas, que se extiende también al terreno de lo simbólico. Para González y Camarero, “probablemente el desarrollo rural no sea sino un instrumento que privilegie la imposición de sentido por parte de los actores dominantes”<sup>87</sup>. Por ello los nuevos movimientos campesinistas han emprendido una labor de resignificación de lo rural y de recuperación o reinención de la identidad rural y de sus imágenes de lo auténtico y lo tradicional, de acorde con su propio proyecto emancipatorio. En este sentido, Gallar habla de la emergencia de una *Nueva Ruralidad Campesinista* como identidad contrahegemónica frente a la desideologización construida por los discursos hegemónicos del desarrollo rural. Esta nueva ruralidad propone “una dinámica emergente basada en el enfoque agroecológico o los procesos de recampesinización [...], desde posiciones agraristas y orientada hacia el cambio de modelo de desarrollo, no solo para la agricultura y lo rural, sino como propuesta contrahegemónica total”<sup>88</sup>.

Quizá resulte estéril el debate acerca de si existe o no campesinado en la Aldea Global, o si es posible reconstruir las formas campesinas en las sociedades posindustriales. Pero en cualquier caso “en lugar de las hipótesis y las prácticas de su desaparición se necesita una teoría de su continuidad y una práctica derivada de la permanencia histórica del campesinado [ya que] subsiste también mediante ventajas económicas frente a las grandes empresas agrarias”<sup>89</sup>. Y como hemos tratado de exponer, las formas teóricas de la economía campesina presentan un potencial importante para generar propuestas de sostenibilidad social y ecológica alternativas al capitalismo.

Afirmamos que incluso en la vieja Europa aún existen en el medio rural rasgos de campesinidad “como sociedades parciales con culturas parciales”<sup>90</sup>, que nos

86 Un número creciente de personas están emigrando de la ciudad al campo “esperando encontrar algo que respondiera a sus expectativas. Un entorno que habían construido en su mente mucho antes de llegar a conocerlo. El lugar donde sus sueños se harían realidad. [...] [Pero] No han encontrado los campesinos que habían imaginado. Gentes cinceladas por un molde roto hace tiempo. Portadoras de un elenco de valores que, casualmente, coinciden con los suyos: conciencia ecológica, gusto por el trabajo vivo y por lo pequeño, cooperación, responsabilidad individual y colectiva, arraigo al territorio y a la memoria, espíritu crítico, curiosidad, pensamiento holístico, atención a la singularidad y a la heterogeneidad. No los han encontrado porque se marcharon hace tiempo” IM. Badal (2014), *op. cit.*

87 J. González y L. Camarero (1999), “Reflexiones sobre el desarrollo rural: las tramoyas de la postmodernidad”, en *Política y Sociedad*, 31.

88 D. Gallar (2011), *La construcción de la Universidad Rural Paulo Freire*, tesis doctoral, Córdoba, Universidad de Córdoba.

89 Á. Palerm (1980), p. 169, citado en E. Sevilla Guzmán (2006).

90 Kroeber (1952), citado en E. Sevilla Guzmán (2006).

pueden resultar de gran valor de cara a construir el proyecto agroecológico de modernidad alternativa. Sin embargo, no debemos engañarnos en cuanto a los aliados con los que contaremos en el medio rural, ya que hoy las formas de vida urbanas y mercantiles son incontestablemente hegemónicas, también en nuestro medio rural y en el sector agrario. Se hará necesario buscar y potenciar los rescoldos de los rasgos campesinos que hoy queden ocultos, pero en medio de fuertes contradicciones y conflictos entre las poblaciones rurales y las propuestas campesinistas que prácticamente nadie, en el medio rural, ha demandado. Ya que, de hecho, la mera mención a “lo campesino” posiblemente resuene en las poblaciones rurales como atraso, hambre, miseria, opresión social y explotación económica.

Pretendemos, en todo caso, la relocalización y reconstrucción de estructuras colectivas para subordinar la economía de nuevo a la comunidad. La comunidad se erige así en el espacio de reasignación de valor en los flujos sociales de bienes, servicios y cuidados; y le devuelve al valor económico de los bienes y servicios su carácter de *producción social*. Este proceso de reversión de la ley del valor capitalista supera el ámbito de lo agroalimentario, y ha sido desarrollado en las últimas décadas desde diversas propuestas de transformación social que reúnen las perspectivas social y ecológica<sup>91</sup>. Murray Bookchin (1999), desde la ecología social, desarrolla en *La ecología de la libertad* la necesidad de la descentralización política y ecológico-productiva para recuperar una *democracia radical*, lo cual considera inseparable de una relación armónica entre sociedades y naturaleza. En su propuesta del municipalismo libertario, Biehl y Bookchin (1998) hablan explícitamente de la reconstrucción de espacios sociales de ámbito local capaces de poner la economía al servicio de la reproducción de la comunidad, superando la oposición entre producción y consumo, en la búsqueda de la sustentabilidad y de la emancipación socio-económica<sup>92</sup>.

John Holloway (2003), en su propuesta para “cambiar el mundo sin tomar el poder”, propone la reversión de los procesos sociales de asignación de valor mercantil –valor de cambio– hacia el valor de uso, como paso imprescindible para la superación del capitalismo. Para Holloway, la construcción de un movimiento sociopolítico que pueda generar una alternativa mundial al capitalismo globalizado debe partir de espacios sociales en los que las formas de relación no estén mediadas por el propio capitalismo. En este sentido propone una nueva sociabilidad más allá de la propiedad privada, el Estado, el trabajo y el consumo, basada en lo colectivo y el *poder-hacer vivo*, para “avanzar hacia modos en los que el capital no

91 En 2003 desarrollamos con más profundidad estas ideas, adaptadas a la experiencia concreta de la cooperativa agroecológica Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!) en la Comunidad de Madrid, en D. López García y J. A. López López, *Con la comida no se juega. Alternativas autogestionarias a la globalización capitalista desde la agroecología y el consumo*, Madrid, Traficantes de Sueños.

92 M. Bookchin (1999), *La ecología de la libertad. La emergencia y la disolución de las jerarquías*. Madrid, Noss y Jara. J. Biehl y J. M. Bookchin (1998), *Las políticas de la Ecología Social. El Municipalismo Libertario*, Barcelona, Virus.

pueda siquiera existir”<sup>93</sup>.

Diversos movimientos sociales en América Latina sitúan las propuestas de *autonomía* política y económica en el centro de su proceso emancipatorio, ya sea en las ciudades o desde las comunidades indígenas y campesinas en el medio rural. La búsqueda de autonomía es una estrategia para recrear el vínculo social y la acción social colectiva en lo local. Pretende resituar la economía al servicio de la reproducción de las comunidades locales, a través de la descentralización productiva y política. Raúl Zibechi (2011) pone el acento sobre la idea de *territorio*, que entiende como “el espacio donde se despliegan relaciones sociales diferentes a las capitalistas hegemónicas, aquellos lugares donde los colectivos pueden practicar modos de vida diferenciados”. Para el autor uruguayo, “el conjunto de relaciones sociales territorializadas existentes en zonas rurales (indígenas, pero también de los campesinos sin tierra) comienzan a hacerse visibles en algunas ciudades”. Y forman parte de un movimiento social y político con un proyecto emancipatorio distinto del capitalismo, y también distinto de las propuestas centralistas y verticales de la vieja izquierda<sup>94</sup>. Desde estas visiones, la producción cobra un papel central en los proyectos emancipatorios. Y dentro de la esfera productiva, el sector primario adquiere preferencia por su carácter de necesidad básica, por la dificultad para entrar plenamente en la lógica de mercado a escala global, por sus implicaciones biológicas y por ser la actividad económica que más territorio requiere.

Cuando pensamos en una estrategia económica para las redes alimentarias alternativas, se trata de desarrollar actividades que tienen sentido dentro de estas redes. Esto significa que nuestra actividad debe cubrir nuestras necesidades de subsistencia, pero su función va más allá del valor que los productos puedan encontrar en el mercado agroalimentario. En la actividad que desarrollamos en nuestras fincas, podemos encontrar innumerables actividades que por sus valores en el mercado no resultarían rentables (figura 3.1). Pero dentro de nuestra lógica económica *tienen sentido*, ya sea porque no gastamos o no pedimos prestado un dinero que no sabemos si en el futuro tendremos, o porque se destinan a productos que nos apetece tener aunque no sean rentables o a alimentar las redes de *reciprocidad* y *economía del don*, a reproducir o proteger la capacidad productiva de los ecosistemas en los que se asienta la actividad agraria, o a modernos rituales de reproducción social, tales como fiestas, asambleas y reuniones sociales.

Estamos hablando de poner en el centro de nuestra estrategia económica el valor que tienen las cosas en función de la forma de vida que hemos decidido llevar –*valor de uso*–, y no solo en función de su precio de mercado –*valor de cambio*–. Visto desde los enfoques del ecofeminismo o de la economía feminista, estamos poniendo *la reproducción de la vida en el centro* de nuestra estrategia económica. Hablamos de una forma de vida que conecta con la lógica de una civilización milenaria: la civilización campesina. Y esta civilización ha sobrevivido gracias a su

93 J. Holloway (2003), *Cambiar el mundo sin tomar el poder. El significado de la revolución hoy*, Barcelona, El Viejo Topo.

94 R. Zibechi (2011), *op. cit.*

capacidad de adaptación a distintos contextos socioculturales y geográficos y, por lo tanto, gracias a su heterogeneidad.

Queramos o no, vivimos en y formamos parte de una sociedad urbano-industrial, capitalista y globalizada. Y la lógica de reducir al máximo los flujos mercantiles en el interior de nuestras iniciativas alternativas choca constantemente con la presión que el mercado y la sociedad nos imponen para mercantilizar nuestra actividad agraria. La actividad campesina es más que un negocio: es una forma de vida. Creemos que pensar en nuestras iniciativas agroecológicas desde una lógica campesina puede ayudarnos a diseñar estrategias económicas que quizá no sean campesinas, pero que pueden resultar apropiadas a nuestro proyecto vital y político, aquí y ahora. Nuestra tarea será encontrar formas de manejo de los recursos naturales y de acción social colectiva que abran espacio para poder sobrevivir desde este proyecto vital particular y a la vez colectivo. Nuestra propuesta para una agricultura social, ecológica, económica y culturalmente sostenible supone *reagrarizar* el medio rural –y la sociedad– y *recampesinizar* la cadena agroalimentaria.



# 2

## LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS COMO EXPERIMENTOS SOCIALES PARA UNA ECONOMÍA NO CAPITALISTA

### **4 Los circuitos cortos de comercialización en el Estado español. Una visión general**

La producción de alimentos ecológicos en España no para crecer, a pesar de la crisis. Sin embargo, este crecimiento se ha dado en base al mercado de exportación, que absorbe la gran mayoría de los productos ecológicos. Aunque el consumo interior de alimentos ecológicos crece a un ritmo muy importante, no llega a alcanzar los 7 euros per cápita. A pesar de ser el primer país productor de la UE por superficie, la media de consumo se sitúa muy por debajo de otros países, como Suiza (177 euros/hab), Dinamarca (164 euros/hab) o Austria (121 euros/hab)<sup>95</sup>. La tendencia de fuerte crecimiento en el consumo (por encima del 8% anual en la mayoría de países de la UE) hace pensar, sin embargo, que también en España se ampliará en gran medida el consumo interior en los próximos años; al menos hasta igualar el 5,3% de la superficie agraria útil que se destina a producción ecológica. Y eso es lo que estamos intentando.

En el mercado de alimentos convencionales alrededor de dos terceras partes de la comercialización se realiza a través de las grandes superficies. Para el caso de los alimentos ecológicos, el reparto se invierte, y un tercio de las ventas está en manos de tiendas especializadas y otro tercio, en manos de los denominados

---

95 Willer & Leraud (2013), *The World of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2013*, Ginebra, FiBL-IFOAM.

canales alternativos de comercialización (cooperativas de consumo, mercadillos, internet, etcétera)<sup>96</sup>. Si atendemos a la definición de Circuito Corto de Comercialización, que se limita a un máximo de un intermediario entre producción y consumo, muy buena parte de las ventas recogidas en estos dos grupos de detallistas entrarían en la definición, con lo que este tipo de canales sería el mayoritario para los alimentos ecológicos en España. Especialmente, en cuanto a producto fresco.

Nuestro mercado interior se encuentra aún en un estado muy incipiente de su desarrollo, y por ello cabría pensar en una tendencia futura en la que las cuotas de mercado se igualarán con el mercado de alimentos convencionales. Sin embargo, podemos observar que, excepto en los países escandinavos y el Reino Unido, en el resto de países de la UE, con estructuras de comercialización mucho más maduras, los circuitos cortos mantienen una cuota de mercado superior al 25%, que se eleva en los países del área mediterránea. Si atendemos a los Estados Unidos de América, que concentra el 44% del consumo alimentario ecológico mundial, observamos que, sumando venta directa (10%) y canal especialista (ecotiendas y otros), se mantiene más de la mitad de las ventas ecológicas en establecimientos “alternativos”. Y según los datos de 2011, la venta directa crecía a un ritmo (17%) similar al consumo ecológico total (18%), a pesar de que en los canales convencionales la concentración de la distribución en grandes cadenas cada vez es mayor, también en el mercado de alimentos ecológicos.

## **La circulación interior de alimentos ecológicos es distinta a la de los convencionales**

Cabe preguntarse por qué los circuitos cortos mantienen cuotas de mercado mucho más altas para los alimentos ecológicos. El consumidor de alimentos ecológicos no es una persona con un poder adquisitivo sensiblemente superior al medio, aunque sí con un nivel cultural medio-alto que le lleva a apreciar algo más que el precio de los productos. Aun así, el mercado interior de alimentos ecológicos en España es aún pequeño, y no alcanza el 1% del consumo alimentario total.

Los puntos de distribución mueven volúmenes muy reducidos y son difíciles de encontrar para un consumidor medio, a pesar de su presencia creciente en los lineales de la gran distribución. Los escasos volúmenes de ventas hacen difícil que las tiendas ecológicas puedan mantener una variedad suficiente en la oferta; y los precios de venta se elevan debido principalmente al coste de un transporte desorganizado que debe abastecer a una red muy atomizada de distribuidores o puntos de venta final<sup>97</sup>. El consumidor desconoce las cualidades del producto ecológico y

96 MAGRAMA (2012), *Caracterización del mercado de productos ecológicos en los canales especialistas de venta*, Madrid, MAGRAMA.

97 En algunos productos de bajo precio unitario, como ciertos cultivos hortícolas (patata, cebolla, calabaza, etcétera), el coste de distribución puede suponer hasta el 50% del precio final del alimento distribuido en circuitos cortos.

en qué se diferencia de otros; y existe una gran confusión a la hora de identificarlos o diferenciarlos de otras ofertas que dicen ser “naturales”.

El consumo de alimentos ecológicos ha crecido en España de la mano del consumo asociativo (grupos y cooperativas de consumo, principalmente), que lleva cerca de treinta años concienciando y creando redes de distribución para los productores y consumidores pioneros. Se mantienen cuotas de mercado altas para los canales alternativos de distribución precisamente debido a la capacidad de autoorganización del sector. Tanto productores como consumidores implicados en los CCC muestran una fuerte vocación de crear alianzas entre ambos actores, para desarrollar redes alimentarias que les devuelvan el poder en la cadena de valor; lo que se ha denominado soberanía alimentaria. Prácticamente en todas las comunidades autónomas encontramos un movimiento social de productores y consumidores que se articula en base a encuentros anuales, o en base a redes territoriales vinculadas al concepto de la soberanía alimentaria, y que se marcan como objetivo expandir estas redes e incluir en ellas cada vez a más población.

### **¿Qué queremos decir con “circuitos cortos de comercialización”?**

La definición de circuitos cortos de comercialización debe ir más allá del número de intermediarios. Al hablar de este concepto nos referimos también a cercanía entre producción y consumo, más allá de la cercanía física, para construir alianzas entre ambos eslabones de la cadena. Alianzas que pretenden favorecer un modelo agroalimentario de alimentos de calidad y sostenibles, que dinamiza nuestras economías rurales y pretende asegurar ingresos dignos para los productores en nuestro medio rural. Los CCC van más allá de las certificaciones de tercera parte y los estándares oficiales de calidad. Se basan en la comunicación directa entre producción y consumo, el conocimiento mutuo y la transparencia, para que juntos, producción y consumo, podamos definir qué es la calidad, la sostenibilidad y la justicia social.

La confianza en el sistema agroalimentario, tan maltrecha tras los escándalos alimentarios globales de las últimas décadas, se vuelve a traer a lo local como una vía para reconstruir modelos agroalimentarios sostenibles y equitativos. La cercanía entre producción y consumo permite que se reasigne el valor de los alimentos en nuestra sociedad, incorporando problemáticas sociales y ecológicas, así como el valor de los servicios que generan los ecosistemas ligados a la actividad agraria. Pero, en definitiva, los circuitos cortos de comercialización se construyen sobre un reequilibrio del poder dentro de la cadena alimentaria. Pretenden restituir la capacidad de los sectores de la producción y el consumo para decidir el valor de unas producciones u otras o de determinados manejos, más allá del precio asignado por el mercado. Y, en último término, también de decidir qué se produce y cómo se produce, de forma que criterios sociales o de fortalecimiento de las economías locales hacen que los circuitos cortos sean estrategias centrales para la defensa de la soberanía alimentaria.

Bajo esta definición incluimos un gran número de alternativas de circulación de los alimentos, algunas tan antiguas como la propia agricultura y otras más innovadoras. Hablamos de venta directa a pie de finca, grupos de consumo, mercadillos de productores, tiendas creadas por grupos de productores, pequeñas tiendas de cercanía que compran directamente a quien produce, consumo social ecológico (comedores escolares, hospitales, residencias geriátricas, etcétera), restauración comprometida con las producciones ecológicas y locales, y otros.

Cada vez más productores ecológicos optan por intentar que los alimentos de calidad que producen sean consumidos en su entorno territorial más cercano, ya que nuestra gente tiene derecho a consumir lo mejor de nuestra tierra. Ello requiere de un esfuerzo importante para construir nuevas redes de distribución adaptadas al tipo de gente que hoy demanda estos alimentos, que es distinta al consumidor medio en el mercado convencional. Pero la limitada demanda actual no debe limitarnos en los objetivos de largo plazo que nos marcamos para las redes alternativas y locales de alimentación. Nuestra meta debe ser que toda la población tenga acceso cotidiano a alimentación local de calidad (agroecológica, por supuesto) a precios justos para la producción y el consumo. Y para ello las estructuras y espacios colectivos que vamos creando deben hacer posible incorporar cada vez a más gente.

## **Cuadro 2. Algunas ideas para considerar una alimentación sana, justa y sostenible**

### **Los alimentos locales**

Consumir alimentos cultivados en las cercanías de nuestro lugar de residencia permite mantener un medio rural vivo en los alrededores de los núcleos de población, los más amenazados por la especulación urbanística. Además, al reducir distancias de transporte, eliminamos gasto de petróleo y obtenemos alimentos más frescos.

### **Los alimentos de temporada**

Los alimentos de temporada son aquellos que se consumen frescos en los lugares donde se han producido, esto es, en el contexto local. Las temporadas de cosecha de cada cultivo cambian según los climas de cada zona, y un alimento puede ser de temporada o no en función de lo que consideremos "mercado local". Por ejemplo: los tomates y pimientos se dan en verano, y en invierno hay coles, puerros y alimentos que se conservan bien desde el verano, como la patata, la cebolla o la calabaza. Pero las naranjas, que solo se dan en ciertas zonas del Estado español, ¿son alimentos de temporada en Madrid?

Consumir alimentos de temporada nos asegura que los alimentos son frescos y están cosechados maduros. Por lo tanto, son más saludables y sabrosos. Además, así nos aseguramos de que no están cultivados en el otro hemisferio, o en invernaderos muy forzados y poco sostenibles. Y esto no quiere decir que nuestra alimentación sea poco variada, porque en cada época del año hay diversos

alimentos, ¡y además nuestro cuerpo está adaptado desde hace miles de años a esta estacionalidad!

### **Los petroalimentos**

Se llaman así porque consumen mucho petróleo, al viajar grandes distancias desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo, así como en el propio proceso de producción. Se estima que la agricultura intensiva gasta entre 6 y 7 veces más energía por unidad de alimento obtenido que la opción agroecológica.

Los CCC suponen un importante beneficio ambiental, ya que reducen embalajes, cadenas de frío y distancias de transporte para los alimentos, lo que redundará necesariamente en la frescura y calidad de los alimentos. Este modelo de comercialización se adapta mejor a producciones más diversificadas y, por lo tanto, más sostenibles en cuanto al diseño agroecológico de las fincas. Han mostrado una alta capacidad para poner en valor las variedades agrícolas y razas ganaderas tradicionales, más adaptadas a las condiciones locales de producción y valoradas por el consumidor responsable. Realizan una importante labor de promoción y visibilización de los alimentos ecológicos. Y permiten concienciar al consumo acerca de las dificultades de la producción agraria y del valor de las producciones locales y ecológicas, por medio del contacto directo con el productor y, en muchos casos, mediante la visita a las fincas. Suponen, además, una apuesta por revitalizar las economías rurales y de mantener el empleo agrario -con dignidad- en nuestros pueblos y en las áreas periurbanas de nuestras ciudades. Son una creciente fuente de revitalización para pequeñas instalaciones agroindustriales y de hostelería, y cada vez encuentran mayores sinergias con otras actividades económicas en el medio rural.

## **Diversas formas de circuitos cortos de comercialización**

Hay muy diversas formas en que producción y consumo organizan la distribución local de alimentos reduciendo al mínimo los intermediarios. Cada modelo ofrece ventajas y desventajas y, debido a la fuerte demanda de alimentos ecológicos existente entre los/as consumidores/as y la dificultad que manifiestan para acceder a ellos, nos parece interesante considerar todas estas diversas formas. Como ya hemos comentado, nuestra meta es hacer llegar los alimentos ecológicos y locales a la mayor cantidad de consumidores/as, de forma que sea posible una alimentación íntegramente conformada por alimentos ecológicos y locales, en condiciones justas y equitativas para producción y consumo. En este sentido, distintas formas, formatos y canales comerciales nos permitirán adaptar las redes de distribución a distintos formatos de consumo, pero también a distintos tipos de producciones y perfiles de productores. A continuación vamos a ver algunas de estas modalidades.

**Figura 4.1. Desarrollo de los CCC en algunos territorios del Estado español (elaboración propia)**



## Cooperativas y asociaciones de consumo

Los Grupos de Consumo (GGCC) de alimentos ecológicos son grupos de gente que se une para hacer pedidos colectivos de alimentos directamente a quien los produce. Reuniendo pedidos más grandes, se abaratan los costes de transporte de los alimentos y se hace más fácil que a los productores/as les resulte viable económicamente enviar un pedido. Este sistema es el principal canal corto para los productores y agrupaciones de productores volcados en el mercado interior de alimentos ecológicos<sup>98</sup>, y en el Estado español está teniendo una expansión muy rápida desde principios de siglo.

Los GGCC suelen empezar su funcionamiento al ponerse en contacto con productores/as que los abastezcan directamente. Normalmente se inician con el abastecimiento de producto vegetal fresco (frutas y hortalizas), que presenta un consumo muy cotidiano; y más tarde amplían la relación con productores/as de otros alimentos. Por la complejidad en la gestión de los pedidos a diversos proveedores, los GGCC suelen tener un tamaño limitado, entre las 10 y las 30 familias o viviendas. Normalmente se

98 J. del Valle (2014), *Dime cómo eres y te diré cómo vendes. Canales y estrategias de comercialización del sector hortofrutícola en la Comunidad de Madrid*, tesis de máster, Baeza, Universidad Internacional de Andalucía.

apoyan en determinadas herramientas informáticas para la gestión *online* de los pedidos (hojas de cálculo accesibles a todos los socios del grupo), de cuya gestión se encargan conjuntamente la producción y el consumo. En estas tablas de pedidos suelen estar disponibles y actualizados todos los productos que se pueden distribuir en cada pedido. Los pedidos se suelen realizar de forma periódica, semanal o quincenalmente, en función del grupo. Aunque para productos no perecederos (pastas, conservas, legumbres, aceite, etcétera) la frecuencia de los pedidos suele ser más amplia, para acumular un pedido mayor y abaratar así los costes unitarios de transporte.

Los pedidos se pueden realizar de forma “abierta”, a partir de lo que el productor ofrece cada temporada. Pero a menudo los pedidos se realizan mediante el sistema de “cesta de temporada”, que es un lote definido que elabora el productor con los productos disponibles en cada semana o temporada. Se fija un coste total de la cesta, y un contenido general en cuanto a peso medio y variedad de los productos que incluirá la cesta en cada reparto. Estas cestas de temporada suelen incluir un “fondo de cesta” con productos básicos que son más fácilmente almacenables (patata, cebolla, calabaza o ajo); y se completan con otros alimentos más perecederos, que cambian con las estaciones. También encontramos productores que ofrecen lotes de composición fija de cosméticos y jabones, panadería y repostería, lácteos, carnes u otras familias de productos. Así, un grupo puede estar abastecido por uno o varios productores de distintos productos, para poder completar la variedad del consumo cotidiano. Los pagos se pueden realizar con frecuencia semanal, mensual o a veces por temporada, incluyendo todos los envíos de la temporada. Mediante este sistema, es más fácil planificar la producción y ajustarla a la demanda; y la gestión de pedidos y pagos se simplifica al máximo para el consumo. Todo ello puede redundar en una reducción de costes de gestión y, por lo tanto, del coste total.

A veces, los grupos de consumo completan su actividad con visitas a las fincas de producción, o con apoyo a las labores de tesorería, de producción (apoyando en las cosechas, por ejemplo) o de dinamización de la participación en el propio grupo. A veces estas iniciativas se trenzan con experiencias de economía solidaria que permiten financiar las iniciativas productivas con préstamos de los propios consumidores. Y crecientemente se están dando iniciativas para que las personas de bajos recursos monetarios puedan acceder a este tipo de iniciativas, ya sea intercambiando trabajo por alimentos o mediante otros mecanismos redistributivos.

Muchas asociaciones de consumidores/as buscan soluciones a algunas de las limitaciones de los pequeños grupos de consumo profesionalizando la gestión y ampliando su tamaño<sup>99</sup>. Suelen agrupar a productores/as y consumidores/as, y así los/as agricultores/as locales encuentran una forma de sacar mayores cantidades de producto que en grupos de consumo más pequeños. Normalmente, tienen una tienda con horario comercial o reducido, a la que los/as socios/as pueden acudir a adquirir los productos a un precio reducido, y en horarios amplios. Cada socio

99 En muchas capitales de provincia encontramos cooperativas de 200 o más socios, llegando a alcanzar los 1.600 en la experiencia de Landare, en Pamplona-Iruña. Ampliaremos el análisis de este tipo de cooperativas en un capítulo específico de este documento.

puede comprar lo que quiera, y las cooperativas se esfuerzan por ofrecer la mayor variedad posible de productos, dando prioridad a los productos locales y a los que vienen directamente desde los/as productores/as.

En determinados territorios las asociaciones de consumo se han difundido de gran manera desde hace décadas, a partir de modelos específicos denominados Acuerdos Locales y Solidarios entre Producción y Consumo, que se reproducen en torno a una carta de compromiso general entre ambos actores. Es el caso de los Association pour le Maintièn d'unne Agriculture Paysanne (AMAP, en Francia); Community Supported Agriculture (CSA, en Estados Unidos y Reino Unido); Teikkei (Japón); o Groupes d'Achat Solidaires de l'Agriculture Paysanne (GASAP, en Bélgica)<sup>100</sup>. Todos estos sistemas, que agrupan a millones de familias en todo el mundo, se construyen sobre la idea de "agricultura apoyada por la comunidad", en la que la alimentación es un bien social. Por lo tanto, estos proyectos proponen crear alianzas entre producción y consumo para mantener la actividad agraria sostenible en nuestros territorios, compartiendo los riesgos de la producción al igual que compartimos sus beneficios.

Un ejemplo decano en nuestro territorio, en esta línea de compartir riesgos entre producción y consumo, es el de Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!), que funciona en Madrid desde el año 2000<sup>101</sup>. En el BAH! se calculan de año en año los costes de producción (incluyendo inversiones, amortizaciones, etcétera). A partir de esta cifra se establecen de forma asamblearia las cuotas que deben pagar mensualmente las familias socias de cada núcleo, así como la asignación que percibirán quienes se encargan de la huerta. Las personas que realizan el trabajo agrario cobran una asignación mensual fija independiente de la producción obtenida, que, sea la que sea, se reparte cada semana entre esas 120 unidades de consumo. Este modelo se expandió en la pasada década en el Estado español, hasta contar en 2005 con 14 cooperativas integrales de producción y consumo (o "CSA", como dirían en otros países), que agrupaban a unas 800 familias.

## Venta a pie de finca

Probablemente, esta es la forma más sencilla y más tradicional de circuito corto, que no tiene intermediarios ni costes de distribución o envasado. La persona consumidora puede acercarse al lugar de producción para acceder a los alimentos más baratos que en ningún otro sitio; y sobre todo más frescos y, por lo tanto, de mayor calidad. Además tendrán la oportunidad de conocer de primera mano las técnicas de producción y de valorar en su justa medida el trabajo productivo de los y las agricultoras. Este canal permite establecer una comunicación directa entre producción y consumo, tan necesaria para construir la confianza que necesitamos para que la relación sea lo más positiva posible, a pesar de que puede llevar un

100 Estas iniciativas se coordinan a nivel internacional mediante redes continentales, en la Red Urgenci: <http://www.urgenci.net/>.

101 <http://bah.ourproject.org/>.

tiempo importante la atención que se le da al consumidor.

Este canal tiene una mayor importancia en zonas cercanas a las grandes áreas metropolitanas o con una densidad de población alta. También en zonas rurales o de atractivo turístico que en épocas vacacionales multiplican su población con la segunda residencia. Suele tener importancia para productos hortofrutícolas, que en algunos sistemas son cosechados por el propio consumidor. También es importante para la pequeña industria de transformación (quesos, pan, vino, aceite, etcétera), que puede comercializar en las propias instalaciones y disponer así un importante escaparate para sus producciones.

## **Mercados de calle o de productores**

Hace no muchos años, la mayor parte de las fruterías y de los puestos de venta de alimentos en los mercadillos estaban regentados por las propias familias productoras. Sin embargo, hoy en día los mercadillos de barrio o de pueblo se abastecen de los grandes almacenes mayoristas, y distribuyen productos llegados de cualquier parte del mundo. Afortunadamente, cada vez encontramos más mercadillos en los que los productores se han organizado y en los que solo se permite vender a productores/as y, en muchos casos, exclusivamente ecológicos<sup>102</sup>.

Estos mercadillos se realizan una vez al mes, cada quince días o semanalmente, y normalmente buscan espacios públicos de gran visibilidad, ya que esta parece ser la clave para su éxito. En ellos podremos encontrar todo tipo de productos locales, a precios justos para quien produce y para quien compra. Además, nos dan la ocasión de poder conocernos y hablar de todo lo que nos interese sobre las formas de producción y las condiciones de vida de cada parte. Estos mercadillos son muy importantes para apoyar a los y las productores/as locales, porque así pueden vender directamente sus productos sin tener que realizar la distribución. También suponen un importante punto de referencia para los/as consumidores/as, donde estos contactan con productores/as para establecer otras formas de distribución, como los grupos de consumo. A pesar de que muchos mercadillos no suponen importantes ventas para el productor, el “efecto escaparate” que permite hacer nuevos contactos de venta y el encuentro con otros productores/as ecológicos/as suelen compensar con creces el esfuerzo de desplazamiento.

## **Reparto a domicilio**

Cada vez es más frecuente contactar con productores/as o grupos de productores que aceptan pedidos y los distribuyen a domicilio. Normalmente, establecen

---

102 Podemos encontrar una interesante investigación al respecto en el Estado español: J. R. Mauleón (2011), *Mercados de agricultores en España: diagnóstico y propuestas de actuación*, [http://www.ceddar.org/content/files/articulo\\_f\\_357\\_05\\_Ager-13,02-Mauleon.pdf](http://www.ceddar.org/content/files/articulo_f_357_05_Ager-13,02-Mauleon.pdf).

un consumo mínimo a partir del cual es posible acercar los alimentos al domicilio del/la consumidor/a, y lo más común es que se distribuyan exclusivamente “cestas de temporada”. Los pedidos se pueden realizar por teléfono o, cada vez, más a través de una página web, que puede incluir pasarelas de pago u otros sistemas de facturación y pago *online*. Otros canales de telecomunicaciones, como aquellas aplicaciones de tipo *whatsapp*, cada vez son más utilizadas en este sentido.

Este canal no es capaz de generar la misma cercanía entre producción y consumo que otros, y el compromiso del consumidor es más inestable. El precio final del producto puede verse elevado sensiblemente en base a los costes de transporte, y suele requerir un importante esfuerzo financiero en logística y gestión de *stock* en el arranque del proyecto, hasta afianzar la clientela. Sin embargo, permite acceder a consumidores que no se acercarían a una asociación de consumo o que no tienen acceso a mercadillos. A veces las entregas no se realizan a domicilio, sino en puntos de reparto distribuidos por distintas zonas de una ciudad a los que acuden los consumidores a recoger su compra semanal o quincenal, lo que reduce sensiblemente los costes. En este sistema la iniciativa y el peso de la gestión recaen enteramente en la producción, y por eso algunos grupos de productores diferencian los “grupos de consumo” de aquellos puntos para el reparto colectivo, sin más compromiso, que denominan “grupos de consumidores”.

Existe gran cantidad de empresas que ofrecen en internet el reparto de productos ecológicos a domicilio, sugiriendo la venta directa desde el productor cuando son simples empresas de reventa. Es importante desarrollar estrategias para diferenciar claramente nuestra oferta respecto a revendedores, ya que la venta directa real también ofrece en este canal un plus para el consumidor, por la frescura de los productos, pero también por aspectos sociales y culturales. En este sentido, al utilizar estos circuitos también es posible organizar visitas a fincas o desarrollar una buena estrategia de comunicación, utilizando nuevas tecnologías de la comunicación, que acerquen a quien consume y a quien produce.

## Pequeño comercio de alimentación

En muchos casos, la forma más cómoda de acceder a los alimentos ecológicos es mediante pequeños establecimientos que se abastecen directamente desde los productores y productoras de la zona. A veces estos establecimientos se encuentran en el mercado de abastos de tu localidad, otras veces son herbolarios o tiendas de dietética. A su vez, un creciente número de agricultores/as o agrupaciones de agricultores/as ponen su propia tienda para distribuir sus producciones, que normalmente complementan con la reventa de otros productos, para hacer más atractiva y completa su oferta para el consumidor final.

Este modelo de canal corto suele ser un poco más caro para el/la consumidor/a, pues introduce un intermediario con nuevos costes que se deberán incluir en el precio. El distribuidor, en algunos casos, puede presionar para pagar peores precios

a los/as productores/as, pues tiene una infraestructura más costosa<sup>103</sup>. Sin embargo, este canal es accesible a una mayor cantidad y diversidad de población, supone un importante escaparate para el alimento ecológico y resulta muy cómodo para el consumidor final, al ofrecer horario comercial. El/la consumidor/a no tiene ningún compromiso de compra, y puede elegir lo que quiere; y el/la productor/a puede comercializar cantidades importantes sin destinar demasiado esfuerzo a la distribución.

Este canal suele tener una mayor importancia para alimento seco, que se produce en cantidades demasiado grandes para ser absorbido en exclusiva por asociaciones de consumo, y en las tiendas puede ser almacenado mientras se vende poco a poco. Sin embargo, cada vez se extiende más la comercialización de producto fresco y lácteos, que son más perecederos y se pierden si las ventas son reducida y la rotación del producto es baja. Con el incremento del consumo de alimentos ecológicos se van estabilizando los precios y la rotación de los productos frescos en la tienda es más rápida, permitiendo una mayor calidad y diversidad.

## Consumo social: restauración colectiva y comedores escolares

La introducción de menús con alimentos ecológicos y locales en comedores de instituciones públicas (colegios, geriátricos, hospitales, guarderías, etcétera) permite acceder a los agricultores/as a un mercado que se sostiene con gasto público, y que debería ofrecer un servicio de alimentación de calidad, responsable con la salud y el medio ambiente y con las economías locales. Permite acercar los alimentos ecológicos a sectores muy sensibles de la población (infancia, personas mayores o enfermas, etcétera) con muy bajo coste cuando se abastece directamente desde los/as productores/as. Desde esta idea, en distintas zonas del Estado español se han construido alianzas entre las organizaciones del sector de la agricultura ecológica y la Administración o los/as usuarios/as de los servicios públicos (AMPA, etcétera), que permiten el florecimiento de numerosas iniciativas<sup>104</sup>.

La gran oportunidad de una demanda tan estable y predecible como la restauración colectiva presenta, sin embargo, importantes retos para la distribución. Muchos colegios y empresas de *catering* apuntan la dificultad de conseguir la diversidad y la estabilidad necesarias en el abastecimiento, sobre todo si se accede

103 En diversas investigaciones se ha constatado que los márgenes medios con los que el establecimiento comercial carga a los productos ecológicos oscila entre el 10 y el 35% del precio en origen. Sin embargo, se han observado casos en los que los márgenes son mucho más abusivos.

104 Existen diversos materiales para la promoción de este tipo de iniciativas, todos ellos disponibles en internet. Entre otros: M. T. Romero Pino *et al.* (2005), *Dietario/recetario para el proyecto de alimentos ecológicos para escolares de Andalucía*, Sevilla, Junta de Andalucía; Alba Gros (coord.) (2010), *A taula! Manual per a la introducció d'aliments ecològics i de proximitat a l'escola*, Barcelona, Generalitat de Catalunya; Carles Soler (2012), *La soberanía alimentaria en las mesas del colegio*, Madrid, Amigos de la Tierra.

directamente a los agricultores, poniendo de relieve la necesidad de una mayor organización de la distribución. Se apunta que es difícil establecer un precio fijo por temporada, y que los alimentos no se adaptan a las formas que requieren las cocinas de gran escala: limpieza, estabilidad y homogeneidad de calibres, tamaño de los envases, etcétera. A su vez, suelen presentar resistencias a adaptarse a los alimentos de temporada y a menús más equilibrados (menos fritura y, sobre todo, menos carne, que supone la parte más cara del menú ecológico). Sin embargo, el precio del producto no suele ser un problema, ni su calidad. Muy al contrario, por ejemplo en Andalucía se cubrían los costes del programa de comedores escolares con el mismo presupuesto que en los comedores convencionales; y en otros proyectos en que se requiere de distribuidoras, el sobrepeso no sobrepasa el 30%. En las encuestas a cocineros, la calidad del alimento es precisamente el aspecto más valorado de este tipo de programas por parte del personal de cocina. Y se constató que el alumnado de diversas edades era más propenso a comer hortaliza y verdura.

En países como Italia o Dinamarca esta idea ha alcanzado a cientos de miles de escolares gracias al apoyo de las administraciones, y ha sido un elemento muy importante de cara a mantener la agricultura ecológica en los alrededores de las ciudades. Estas iniciativas han tenido en los últimos años un desarrollo muy amplio en España y, sobre todo, en Andalucía y Catalunya, ligado a la cada vez mayor demanda de alimentos ecológicos y al apoyo de ciertos Gobiernos regionales. El empeño de las Consejerías de Educación autonómicas de eliminar las cocinas de gestión directa en los centros educativos, para dar entrada a las empresas de *catering*, sin embargo, está suponiendo el principal problema para este tipo de iniciativas. Por ello, se están dando numerosas iniciativas sociales por las que los gobiernos locales o las asociaciones de la sociedad civil –especialmente las AMPA– están creando sus propios servicios de cocina, en base a las producciones locales y ecológicas.

## Hostelería y restauración

Este canal está poco desarrollado, a pesar de que en los últimos años se están creando distintas redes de restaurantes ligados a la producción ecológica y los productos locales: restaurantes vinculados con el movimiento Slow Food, los que trabajan en la línea de Kilómetro 0, la Red de Restaurantes de Alimentos Ecológicos de Andalucía o la incipiente Red de Cocina Comprometida de Catalunya. Estos restaurantes ofrecen un producto de calidad, pero además se basan en comunicar que venden algo más que comida: ofrecen tradición y cultura locales, desarrollo local y el trabajo de personas que quieren mantener el campo vivo. En este sentido, pueden ser importantes aliados en la difusión del alimento ecológico y sus bondades. No solo respecto a la salud y el medio ambiente, sino también respecto a su mayor valor nutritivo y organoléptico y a su potencial culinario.

Numerosos productores han probado estas vías de comercialización, con resultados dispares. Muchos de ellos aseguran que los pedidos de los restaurantes

son escasos e inconstantes, y que hay una fuerte presión a la baja sobre los precios. También han sufrido presiones sobre el aspecto y calibre de los alimentos, sin importar la calidad de la materia prima. Los productos que mejor están funcionando en el canal de la hostelería son aquellos de alto valor añadido, ya que el restaurante debe sacar un beneficio suficiente de aquellas materias primas por las que paga su calidad. Por ejemplo, los vinos y aceites para consumo en crudo, las carnes de cortes extra (chuletón, solomillo, etcétera), los vegetales que se consumen frescos y crudos (vegetales de hoja de variedades especiales) o las variedades locales de productos vegetales que ofrecen una diferenciación del producto gastronómico sensible para el consumidor final. Los establecimientos de turismo rural o agroturismo pueden ser una salida interesante para productos elaborados como las conservas vegetales dulces o los derivados lácteos; y en ellos podemos además ofrecer nuestro producto a los huéspedes, que suelen mostrar un perfil sensible a la oferta ecológica y local.

En todos los casos, la elaboración de estrategias de comunicación que acerquen al consumidor a quien produce puede ser un apoyo no solo para el establecimiento hostelero, sino para atraer hacia las producciones ecológicas a consumidores estables.

## **Nuevas formas organizativas de la producción**

Muchos de los productores ecológicos, a menudo pioneros en sus pueblos y comarcas, también han entrado en este tipo de producción motivados por un mayor control sobre el producto de su trabajo: qué se produce y cómo, y cuál es el valor que debe alcanzar en su comercialización. Por ello, también están surgiendo nuevas formas cooperativas o asociaciones adaptadas al mercado interior. En ellas, el trabajo para conseguir comercializar el producto de los socios busca un perfil más social –busca redes de venta directa y diversos circuitos cortos de comercialización–, y el papel de los socios productores suele ser mucho más fuerte que en las tradicionales grandes cooperativas creadas en los años sesenta y setenta. Además, para abastecer muchos puntos de distribución con escaso volumen de demanda, estas nuevas asociaciones de productores tratan de ofrecer una gran variedad de productos, y siempre tratando de llevar producto listo para el consumo. Así el volumen total distribuido a cada punto de consumo se eleva, y se consigue abaratar costes.

En varios territorios encontramos experiencias de concentración de la oferta que tratan de hacer viables explotaciones diversificadas y muy pequeñas, minimizando los gastos fijos derivados de la distribución<sup>105</sup>. En este tipo de asociaciones, que denomino redes o “archipiélagos de productores”, cada socio tiene sus propios clientes y les vende sus productos, pero complementa la oferta con

105 Por ejemplo: Xarxeta de Pagessos Agroecològics en Catalunya, Nekasarea en Bizkaia, Despensa Natura en Castilla-La Mancha, Red ARAE en Castilla y León, Verdevera en Cáceres, Ecovalle en Granada, etcétera.

los productos de otros socios sin cargarlos con sobreprecio. Así, su oferta resulta mucho más interesante para el consumidor final, y se multiplican los espacios de comercialización de cada productor individual, sin apenas gastos fijos colectivos. Estas redes suelen agrupar a productores especializados en cultivos diversos, incluyendo siempre los hortícolas y la fruta, pero complementando con panadería, avicultura, carnes, lácteos, conservas u otros. Así, la oferta final resulta altamente atractiva para asociaciones de consumo, que deben lidiar con un solo proveedor para una gran diversidad de productos. Y los miembros de una misma red no entran en competencia entre ellos.

Este modelo requiere de una gran implicación por parte de cada productor, pero permite una gran flexibilidad financiera, así como superar los miedos hacia estructuras grandes que requieren gran inversión y delegación en la toma de decisiones. Como me explicó un pionero de la producción ecológica en Andalucía, estos productores buscan fórmulas organizativas viables “para seguir siendo pequeños”. Muchos de estos productores huyen del endeudamiento vinculado a las economías de escala de las que se benefician las fincas de gran tamaño, que a veces resulta demasiado pesado para las pequeñas fincas en un mercado tan inestable. Por lo tanto, tratan de minimizar las inversiones en maquinaria e instalaciones para el envasado del producto y la logística, y los costes fijos que supone el personal contratado para ello.

Se da el caso, por contra, en el que se juntan en una misma zona productores con una alta producción de una variedad limitada de productos (generalmente, hortaliza y/o fruta) o con producciones que requieren de inversiones colectivas para su elaboración (carnes, conservas vegetales, lácteos, etcétera). En este caso las estructuras que se están creando suelen tener infraestructuras centralizadas para el acopio y procesado de los productos, y contratan personal para la gestión administrativa y comercial. Estas agrupaciones, sin embargo, suelen tener un número de socios muy limitado y un nivel de delegación en el equipo técnico para la toma de decisiones muy bajo. Así tratan de huir de las derivas de delegación sufridas por experiencias pasadas. Dentro de este formato, se dan experiencias muy diversas. Más adelante profundizaremos en la reflexión sobre estas formas organizativas con un capítulo específico.

La atomización y dispersión de la demanda de alimentos ecológicos ha hecho que muy pocas cooperativas y distribuidoras de alimentos convencionales hayan entrado en este mercado. Pero la concentración de la oferta sigue siendo demandada por el creciente número de comercializadores y cooperativas de consumo, a las que les cuesta mantener el compromiso con demasiados proveedores individuales. Por ello, están surgiendo nuevas estructuras de distribución adaptadas en exclusiva al mercado de alimentos ecológicos. Los acuerdos con los productores son de un mayor compromiso y la búsqueda del cliente, más exhaustiva, hasta el punto de que, por ejemplo, hay distribuidoras que están centradas en abastecer a cooperativas y grupos de consumo. Los valores a transmitir respecto al producto van más allá del precio y el calibre, para hablar de otros tipos de calidad que, por ejemplo, muestra las caras de los agricultores y sus territorios; o hablan de transparencia ofreciendo los contactos de los productores o explicando los márgenes comerciales y gastos derivados

de la actividad de distribución. Estas estrategias de comunicación también son cada vez más utilizadas por las grandes superficies, conscientes del rechazo que generan sus prácticas de oligopolio<sup>106</sup>.

## **Normativa higiénico-sanitaria y para los CCC<sup>107</sup>**

A raíz de las grandes crisis alimentarias que provocaron graves problemas sanitarios a escala mundial y el aumento del comercio internacional de alimentos, el derecho alimentario adopta un nuevo enfoque transversal e integral desde el campo hasta la mesa, basado en la responsabilidad de los operadores que deben desarrollar y aplicar sistemas de autocontrol. La legislación alimentaria general establece los principios y requisitos de la normativa higiénico-sanitaria, que engloba a todos los productos alimentarios, y evalúa preventivamente los posibles peligros en base al Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC), que deben tener en cuenta los principios incluidos en el Codex Alimentarius (ONU-OMC) y, en el ámbito de la Unión Europea, de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA).

Debemos diferenciar distintos niveles de la Administración que definen la aplicación de la normativa higiénico-sanitaria. El Paquete Higiénico-Sanitario (PHS), a nivel de la UE, define los requisitos para comercializar y distribuir alimentos. El reglamento europeo diferencia la producción industrial de la de pequeña escala, y contempla importantes excepciones en la aplicación del PHS: la producción de alimentos tradicionales, la transformación en la propia finca, la venta directa en la finca o en mercados locales o la venta directa de leche cruda. El problema es que, para que estas excepciones sean efectivas, deben ser desarrolladas por cada Estado miembro, y España no ha dado ningún paso para ello. Esto nos lleva a que una persona que tiene pollos de corral ecológicos deberá darse de alta como productor (en el registro ganadero propio) y, además, como transportista, almacenista, distribuidor y comercializador. Y en cada caso encontraremos una normativa distinta, sujeta a la interpretación por parte de las autoridades y el diálogo, y esto muchas veces es un problema para las pequeñas iniciativas.

La normativa higiénico-sanitaria se compone en el Estado español de un paquete de medidas básicas de higiene, que deben cumplir las empresas alimentarias en

---

106 Un ejemplo sonado de este cambio en la estrategia comunicativa de las grandes cadenas de distribución ha sido el de Mercadona. Como dice sin rubor su presidente, Juan Roig, Mercadona quiere volver al producto sostenible y a lo local: "Dignificar el trabajo del agricultor, pescador y ganadero de nuestro país"; "contribuir al crecimiento presente y futuro de todos los integrantes de la cadena agroalimentaria". Se puede consultar este artículo sin desperdicio en *El País* (27/10/2013): [http://economia.elpais.com/economia/2013/10/26/actualidad/1382806714\\_594066.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/10/26/actualidad/1382806714_594066.html).

107 La información contenida en este apartado se ha adaptado a partir de B. Fadón y D. López (2012), *Cómo vender directamente nuestras propias producciones*, Zarza de Granadilla, CEDER-Cáparra, y de una entrevista con Fernando Fernández Such realizada por el autor y publicada en la revista *La Fertilidad de la Tierra*, núm. 48 (2012).

todas las fases de la cadena alimentaria:

- El Reglamento 852/2004, aplicable a todos los productos alimentarios, introduce los principios del Análisis de Puntos Críticos (APPCC) para el control de la seguridad alimentaria. El requerimiento de estos costosos mecanismos de control se aplicarán únicamente a los operadores de empresa alimentaria que intervengan en cualquier etapa de la producción, transformación y distribución de alimentos posteriores a la producción primaria. Esto es: los productos vegetales frescos comercializados por el propio productor están exentos de este mecanismo de control. Para los productos de origen animal hay que aplicar además el Reglamento (CE) 853/2004.
- Relación de controles oficiales y registros necesarios para la comercialización del producto animal: el Reglamento (CE) 854/2004 se aplica para los productos de origen animal y el Reglamento (CE) 882/2004, para piensos, alimentos y productos zoonos (o veterinarios).
- Directiva 2002/99 sobre sanidad animal y normas zoonos.
- A las empresas alimentarias se les exige el registro del establecimiento. En España, existe el Registro General Sanitario de Alimentos (RGSA), en el que todas ellas deben estar inscritas.

Quedan exceptuadas de la aplicación del paquete de higiene la producción primaria y operaciones conexas (transporte y almacenamiento que no requiera temperatura controlada) de pequeñas cantidades destinadas a uso doméstico y las suministradas directamente a consumo final o establecimientos locales de venta al por menor. El reglamento no especifica el significado de “establecimientos locales” ni de “venta al por menor”, por lo que la definición en detalle queda a merced de cada administración regional, y generalmente se subordina a la opinión de los inspectores locales higiénico-sanitarios.

Los productos primarios pueden ser comercializados, transportados (en la explotación y, posteriormente, al establecimiento del comprador), almacenados y manipulados siempre que no se altere su naturaleza de manera sustancial sin necesidad de obtener registro sanitario (Anexo I del Rgto. 852/2004). Se flexibilizan así las exigencias para pequeños productores y producciones tradicionales, reemplazando el APPCC por prácticas correctas de higiene recogidas en Guías de Buenas Prácticas, de ámbito regional y sectorial, y rebajándose la carga documental para el productor que desea realizar venta directa o a pequeños establecimientos locales. En la tabla 4.1 se detallan aquellas producciones agrarias que el reglamento considera producciones primarias y que, por lo tanto, pueden ser comercializadas por el propio productor sin registro sanitario<sup>108</sup>.

108 Tabla y datos extraídos de B. Fadón y D. López (2012), “Cómo vender directamente nuestras producciones ecológicas. Canales alternativos para la comercialización de los alimentos ecológicos en mercados locales”, disponible en: [http://www.ecosdeltajo.org/recursos\\_agricultura\\_ecologica/recurso.php?id\\_recurso=45](http://www.ecosdeltajo.org/recursos_agricultura_ecologica/recurso.php?id_recurso=45).

**Tabla 4.1. La producción primaria y las operaciones conexas que quedan exceptuadas de la aplicación de la normativa higiénico-sanitaria (Fadón y López, 2012)**

<b>Producciones</b>	<b>Producción primaria</b>	<b>Operaciones conexas</b>
<b>Origen vegetal</b>	Granos, frutas, hortalizas, setas cultivadas	Cultivo, lavado, clasificación, secado
<b>Origen animal*</b>	Huevos**, leche cruda, miel	Cría, transporte, ordeño, almacenamiento, envasado solo en apicultura
<b>Productos silvestres o extraídos del medio natural</b>	Setas, bayas, caracoles	

\*La carne fresca no se considera producción primaria y, por lo tanto, para su comercialización sí debe tener en todo caso el registro sanitario.

\*\*Se permite comercializar huevos sin embalar y en el mismo lugar de producción. Una vez envasados, no se consideran producción primaria.

Sin embargo, podemos encontrarnos otros obstáculos para la venta directa de nuestras producciones primarias o para la instalación de pequeños obradores para la transformación en finca de nuestros productos. A nivel municipal, nos encontramos con el problema de la licencia ambiental de las actividades, que recoge excepciones, pero muy limitadas. Por ejemplo, en todas las comunidades autónomas se acepta el “corral doméstico”, que tan solo exige comunicación ambiental. Pero en el caso de Castilla y León se considerarían como tales los corrales con 1 UGM (es decir, unas quince ovejas o cabras), lo cual es muy reducido.

Por otro lado, está la dificultad para desarrollar producciones diversificadas y, más aún, proyectos de transformación que combinen diferentes tipos de alimentos. Esta posibilidad, que se permite en otros países como Francia, en España está bloqueada legalmente. Se trata de que, con un mismo registro sanitario, y en pequeñas instalaciones artesanales en las fincas, sea posible elaborar mermeladas o conservas vegetales o determinados platos precocinados. Avanzar en este sentido contribuiría a desarrollar enormemente el sector, especialmente en base a pequeñas instalaciones que transforman producciones primarias locales, orientadas a los circuitos cortos.

Las comunidades autónomas tienen competencias tanto en materia agropecuaria como en materia sanitaria, y aquí es donde se están produciendo algunos avances. Algunas comunidades autónomas han aprobado leyes específicas para regular los alimentos de granja, como en el caso de Galicia y Navarra. Otro camino ha sido la aprobación de las Leyes de Artesanía, que incluyen en muchos casos la artesanía agroalimentaria como concepto, como en Andalucía. El tercer camino ha sido la elaboración de Guías de Buenas Prácticas, que simplifican los requisitos de instalación y sustituyen al reglamento sanitario para ciertas pequeñas industrias artesanas o

producciones locales, como es el caso de Catalunya. Y el cuarto camino es autorizar determinadas actividades que el reglamento comunitario permite y que el Estado no ha legislado, como es el caso de la venta de leche cruda en el País Vasco.

Para Fernando Fernández, “Lo ideal sería que la Unión Europea elaborara un reglamento específico para la producción a pequeña escala, que incluya la transformación, comercialización y distribución en circuitos locales directos. O mejor todavía, que el Estado español hiciera efectivas todas las excepciones contempladas en los reglamentos europeos, en un diálogo abierto con el sector”. Pero es en el nivel municipal donde tenemos que jugar la primera batalla para lograr los permisos de instalación. La licencia ambiental y la licencia de apertura son responsabilidad municipal y aunque en su concesión tienen que tomar en cuenta los decretos y normas autonómicas y superiores, el diálogo directo se produce con el personal técnico municipal. Y este eslabón muchas veces se nos olvida. Todas estas cuestiones van siendo flexibilizadas, pero siempre en función de la interpretación de la normativa que realice la persona técnica de turno. Y esta baza debemos jugarla<sup>109</sup>.

Algunas comunidades autónomas también están desarrollando una normativa específica para la comercialización en circuito corto, como es el caso de Catalunya<sup>110</sup>, Aragón<sup>111</sup> o Navarra<sup>112</sup>. En el primer caso la normativa se limita a la creación de distintivos para los productos “de proximidad” y de “venta directa”, que pueden ser solicitados por los productores. En los otros dos casos la normativa se limita a establecer los supuestos en que se puede realizar la venta directa o “de proximidad”, facilitando ciertos trámites y requisitos.

## **Retos para el desarrollo de los circuitos cortos**

En los últimos años se suceden los eventos de reflexión y encuentro vinculados con las ideas aquí expuestas, algunos de los cuales pasaremos a comentar en próximos capítulos. A partir de estos debates podemos citar como principales retos a encarar en los próximos años los vinculados a la promoción de este tipo de iniciativas, especialmente mediante acciones de difusión que lleguen a nuevas capas sociales “menos sensibilizadas”, y también mediante la sensibilización y formación hacia el consumidor final, acerca de la importancia de los mercados locales y la realidad de las pequeñas producciones ecológicas que buscan abastecer el mercado interior.

El gran reto sigue siendo la articulación de la producción y del consumo, cada uno por su parte y también en conjunto. La dispersión y los pequeños volúmenes,

109 Entrevista a Fernando Fernández Such: *Superar la burocracia que frena la soberanía alimentaria*, La Fertilidad de la Tierra, 48.

110 Decreto 24/2013 de la Generalitat de Catalunya, sobre la acreditación de la venta de proximidad de productos agroalimentarios.

111 Proposición no de Ley 135/10 de las Cortes de Aragón sobre la regulación de la venta directa de productos agroalimentarios.

112 Ley Foral 8/2010 por la que se regula en Navarra la venta directa de productos ligados a la explotación agraria y ganadera.

tanto en la producción como en el consumo, hacen que los costes de transporte se disparen y que la gestión logística sea muy compleja. Por eso se está tratando de organizar encuentros periódicos territoriales entre producción y consumo, e impulsar las redes territoriales. Es necesario seguir experimentando fórmulas creativas de coordinación, que consigan simplificar el trabajo de gestión para producción y consumo, sin tener que delegar en un estrato intermedio de distribuidoras. La idea en común es intentar simplificar las redes de distribución sin perder control y autonomía sobre la cadena alimentaria por parte de producción y consumo, al contrario de lo que ocurre en el mercado convencional.

Los circuitos cortos hoy en día mueven al menos un tercio de los alimentos ecológicos en el Estado Español, y son una gran oportunidad para las pequeñas producciones y para reducir el precio final de los alimentos ecológicos. A pesar de que aún están en un estado muy incipiente de desarrollo, suponen una gran esperanza para reequilibrar el poder en el sistema agroalimentario y devolverle la función social de abastecer a la población de alimentos sanos y de calidad, estructurar las relaciones entre campo y ciudad y mantener el empleo en el medio rural. Depende de nosotros y nosotras –toda la ciudadanía y la “aldeanía”– la importancia que este tipo de iniciativas tengan en el futuro.

## **5 Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!). Propiedad y gestión colectivas entre producción y consumo en agricultura periurbana<sup>113</sup>**

*El presente artículo fue publicado en 2004, recogiendo los cuatro primeros años de andadura de la iniciativa Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!)<sup>114</sup>. Un año más tarde, ya serían cuatro las iniciativas de BAH! existentes en los alrededores de Madrid, que reunían a unas 300 familias o unidades de consumo, a las que habría que sumar la de Surco a Surco (SaS). En 2005, desde la iniciativa BAH! se organizó un encuentro estatal de cooperativas con modelos de funcionamiento similares, al que acudieron 14 iniciativas de siete comunidades autónomas. En la actualidad, dos de los BAH! han derivado hacia modelos de huerto comunitario de autoconsumo, y el resto continúan su evolución. Además, a partir de la gente que ha pasado por el BAH! han surgido numerosas iniciativas de producción y consumo agroecológicos. Hemos reproducido el artículo original con casi total fidelidad –modificando algunos tiempos verbales para facilitar la lectura–, ya que, en nuestra opinión, a pesar del paso de los años, mantiene toda la fuerza del planteamiento original del proyecto BAH!*

En Madrid han surgido en los últimos seis o siete años al menos una docena de organizaciones para el consumo cooperativo de alimentos ecológicos, que, comparadas con el sector mercantil (ya sea en tienda o en reparto a domicilio), suponen una parte importante del volumen total del consumo. Muchas de estas organizaciones convergieron finalmente desde el año 2002 en lo que se ha llamado la Coordinadora de Grupos de Consumo Agroecológico de Madrid.

Con la propuesta de devolver a la agricultura su compromiso no solo con el ambiente, sino también con la dignidad de los trabajadores y de las culturas locales,

---

113 Artículo publicado en el número 16 de la revista *La Fertilidad de la Tierra* (2004), con el título “Huertas agroecológicas para Madrid. Cultivo y consumo cooperativos”.

114 Para una mayor profundización en el modelo de Bajo el Asfalto está la Huerta, y de las reflexiones que acompañaron a su creación y desarrollo posterior, se puede consultar D. López García y J. A. López López (2003), *op. cit.*

en 1999 un grupo de discusión sobre Ecología y Sociedad empezamos a promover la constitución de la Cooperativa de Producción y Consumo Agroecológicos Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH). Constituida en el 2000, la primera acción fue ocupar suelo de propiedad pública, para denunciar la escandalosa gestión del suelo agrícola que rodea las ciudades, para poner de manifiesto que los Gobiernos consideran la agricultura como una actividad residual, relegada a las áreas más aisladas y degradadas, y para recuperar una zona con alto valor histórico por su tradición agrícola –la Vega del río Henares–. Así tratábamos de volver a conectar a la población urbana, aunque fuera de forma simbólica, con los ciclos naturales a través de la agricultura ecológica cooperativa.

Por diversos sabotajes de los administradores de la finca, hubo que abandonar las tierras ocupadas (solo conseguimos sacar una cosecha), pues si bien el Gobierno regional nunca se atrevió a desalojar por la fuerza un proyecto con tanto apoyo social –más de treinta organizaciones lo apoyaron–, hizo todo lo posible para dificultar las tareas productivas. Por lo tanto, desplazamos la huerta al cercano valle del río Tajuña (a 40 kilómetros del centro de Madrid), donde permanece en la actualidad. Tras más de cuatro años de andadura, los tres puestos de trabajo iniciales se habían convertido en cinco, y de las 35 iniciales se había llegado a las 130 familias consumidoras, además de ofrecer espacio a otras pequeñas iniciativas de autoempleo que distribuían sus productos en el BAH.

## **Recuperando la huerta alrededor de Madrid**

Desde que salimos de las tierras ocupadas no hemos dejado de trasladarnos. Madrid va creciendo, y en el afán de construir, o simplemente de especular, va desplazando las actividades que no responden a la lógica del beneficio inmediato, como la agricultura. Aunque el campo esté abandonado, casi nadie arrienda tierras, y menos a jóvenes de la ciudad que quieren hacer agricultura ecológica. Nadie se fía, no lo comprenden. Los arrendamientos son pocos y caros, y nos vemos continuamente recuperando tierras perdidas, las más pequeñas y alejadas del pueblo, con situaciones muy inestables y sin contratos, lo cual dificulta un verdadero manejo agroecológico. Comprar tierras es impensable, pues los precios son casi los mismos que para el terreno urbanizable.

Hemos tardado tres años en reunir en la misma vega la parte principal de los cultivos (unas dos hectáreas) y alcanzar cierta estabilidad, pero ahora hay un plan para urbanizar este terreno. No queremos perder todo el trabajo realizado al recuperar la vega, ni queremos que la urbanización la ocupe, perdiendo así el pueblo ese valioso terreno que supone gran parte de la identidad local. Además, la cercanía a Madrid es muy importante para nuestro proyecto, que se basa en la relación directa entre producción y consumo, y que permite que la confianza entre ambos sea a través del conocimiento mutuo de las personas, y no de certificaciones a menudo dudosas.

Las huertas se concentran actualmente en torno a Perales de Tajuña, y ocupan algo más de tres hectáreas. También se manejan de forma ecológica 225 olivos, y

se comparten tierras de secano con otro agricultor en Galápagos (Guadalajara) para la producción de ajo, garbanzo y, eventualmente, patata de regadío. Se manejan entre 30 y 35 cultivos diferentes, con múltiples variedades para cada cultivo, lo que asegura una cosecha semanal durante todo el año, ya que solo se distribuye entre los/as socios/as lo que se produce en la propia cooperativa.

Desde el inicio se ha priorizado la creación de empleo cooperativo (no hay trabajo asalariado) y se ha puesto más énfasis en la buena organización de la actividad y en la formación y la cohesión de los y las cooperativistas (agricultores y consumidores) que en la inversión. Lo cual no quiere decir que no introduzcamos mejoras. Si bien los principios han sido muy precarios, poco a poco hemos ido reuniendo recursos: maquinaria, herramienta, mejora en los sistemas de riego... Nunca se ha pedido un préstamo a un banco, y todos los recursos manejados son los que disponen la propia cooperativa y sus socios.

## **Recuperar el conocimiento agrícola tradicional**

Nuestras técnicas agrícolas garantizan la seguridad de estar consumiendo productos naturales y saludables, con el uso de técnicas agroecológicas para recuperar y mejorar la fertilidad del agroecosistema y manejar plagas y enfermedades. Se realiza un intenso trabajo de acompañamiento a los pocos (se cuentan con una mano) hortelanos profesionales que quedan en el pueblo –todos mayores de 60 años–, para tratar de recuperar el conocimiento y los recursos fitogenéticos acumulados a lo largo de los siglos, dándoles una continuidad con las modernas técnicas desarrolladas con la agricultura ecológica. Esto no es fácil, pues todos y todas nosotras venimos de la ciudad, somos jóvenes y no vestimos con traje y corbata: después de tres años en este valle todavía no somos fácilmente aceptados.

También se realiza todo el esfuerzo posible para recuperar infraestructuras agrarias (acequias, vegas, manantiales...), instituciones como las Comunidades de Regantes, y cultivos y semillas locales, que nos sirvan de equipaje en el viaje hacia el futuro: un futuro marcado por la pérdida de la biodiversidad, genética y cultural, en todo el planeta. En este valle, como en la mayor parte de los valles del interior peninsular, la huerta desaparece bajo cultivos intensivos en inversión, que requieren poca mano de obra y se mantienen artificialmente por las subvenciones de la UE, como, por ejemplo, el maíz. Con la huerta desaparece la cultura campesina y la posibilidad de la soberanía alimentaria local.

## **Cooperativa de agricultores y consumidores**

Proponemos un modelo alternativo basado en la autogestión, sustentado en una estructura asamblearia, que hace posible la relación directa producción-consumo, con la participación de todos los socios y socias, tanto del colectivo de trabajadores como de los diferentes grupos de consumo de distintos barrios, localidades y colectivos de

Madrid, que han ido constituyendo y ampliando la cooperativa. La mayor parte de estos grupos de consumo surgen de organizaciones sociales, culturales o políticas del ámbito de la izquierda madrileña, desde asociaciones de vecinos a centros sociales ocupados. Contra lo que pueda parecer, presentan una composición muy variada en cuanto a edad, género, estrato social y experiencia asociativa, ya que, con el desarrollo, la gente más militante que impulsó el proyecto ha ido dejando paso a otra gente con menor experiencia, pero con igual o mayor ilusión en el proyecto.

La distribución del producto se realiza mediante el sistema de cestas de temporada, que divide en partes iguales la producción entre los/as socios/as, de forma que todos reciben lo mismo (verduras y hortalizas, de momento) con frecuencia semanal. La fuente principal de ingresos son las cuotas fijas de los y las socias consumidoras, que se aportan mensualmente por cada socio con independencia de la verdura que reciban. La financiación se apoya también en diversas acciones, tales como venta de camisetas, aportaciones solidarias, cursos de agroecología... Así se reparte el esfuerzo en la cooperativa y se consigue seguir al margen de los bancos y sus créditos, y del Estado con sus subvenciones. Por ello, la gestión de la cooperativa se reparte también entre todos y todas, entre consumo y producción; y la propiedad –de los medios de producción y de lo producido– también es colectiva.

Las decisiones se toman en asamblea mensual, a la que acuden delegados/as de cada uno de los 11 grupos de la cooperativa. Del proceso de cultivo y de distribución tiene perfecto conocimiento y participación el consumidor a través de asambleas e informes periódicos, y de citas mensuales de trabajos colectivos voluntarios en la huerta. Los grupos se organizan autónomamente, y su único compromiso es asegurar una estabilidad mínima de los integrantes (al menos un año) en recoger verdura, pagar las cuotas de socio, tomar decisiones y enviar delegados/as a la asamblea mensual. En la cooperativa se ha trabajado mucho por hacer eficaces y agradables las reuniones, asambleas y demás espacios colectivos; momentos en los que la gente se pueda sentir útil e integrada, y en donde la participación y la democracia directa son fuente de riqueza y fortaleza grupal.

## **Reforzando el tejido agroecológico de Madrid**

Muchos socios/as reciben también pan, yogur y otros alimentos elaborados por otras iniciativas de autoempleo cercanas. Muchos de los grupos de consumo están a la vez en otra estructura –la Red de Grupos Autogestionados de Consumo de Madrid–, con la que organizamos conjuntamente la distribución, que nos provee también de gran variedad de alimentos. También colaboramos con otras cooperativas de naturaleza parecida, con los que compartimos recursos y actividades, y estamos impulsando una cooperativa de segundo grado con iniciativas cercanas a Madrid para proveernos de forma autogestionaria de cultivos de secano (principalmente, legumbre y cereal).

En el entorno local de las huertas, el valle del río Tajuña, vamos poco a poco tejiendo relaciones, algunas más fáciles que otras, ya que la cultura local es distinta a la que nosotros estamos acostumbrados. Y aunque a veces se nos olvida, la que

nosotros traemos también es distinta a la que la gente de la zona acostumbra. Este año, gran parte de los trabajadores han decidido irse a vivir a la zona, y eso sin duda está permitiendo un mayor y más gratificante contacto con la gente. Un poco más fácil está resultando la colaboración con los movimientos sociales del valle, ya que el plan de construir dos centrales térmicas (Fuentidueña de Tajo y Morata de Tajuña) y unas canteras (Ambite) en la zona nos ha permitido unirnos a las movilizaciones y compartir esfuerzos con nuestros vecinos. A todo se le puede ver el lado bueno.

También intentamos relacionarnos con toda la gente que se mueve en el ámbito de la agroecología y que trabaja por un mundo rural vivo y productivo, tanto en Madrid como en el resto del Estado. Así, hemos organizado encuentros de Jóvenes Iniciativas Agroecológicas (Berzosa de Lozoya, Madrid, 2001), y participamos en campañas contra los Organismos Modificados Genéticamente, o en encuentros y debates variados. Por supuesto, participamos en todo tipo de foros y campañas por la difusión de la agroecología y la ecología social, y en contra de la Globalización capitalista, tanto dentro como fuera del Estado español.

## Una nueva cooperativa BAH

A menudo en las cooperativas de consumo o de cultivo aparece la necesidad de crecer para mejorar el funcionamiento y ampliar las posibilidades, pero esto puede suponer una pérdida del carácter participativo e incluso la erosión de los principios cooperativos del inicio. En BAH hace año y medio se fijó en 130 el número máximo de familias cooperativistas<sup>115</sup>. A partir de ese número se forman nuevos núcleos que a la vez estén coordinados para compartir recursos, esfuerzos y capacidades. Por ello se derivó gente y se apoyó el desarrollo de otras iniciativas como Surco a Surco, con huerta en La Iglesuela (Toledo), con grupos de consumo (42 familias) en Madrid y un funcionamiento similar al BAH. Y cuando se han dado las circunstancias favorables y ha habido suficiente gente, ganas y energías, desde el BAH se impulsó la formación de otro BAH con dos hectáreas de huertas en Morata de Tajuña, con igual funcionamiento e identidad, que ya ha generado puestos de trabajo y tiene cerca de 80 familias consumidoras asociadas. Se ha apoyado también un grupo para ocuparse de la multiplicación de frutales por esquejes, reproducción por estolones, replantar los hijuelos que asomaban ya entre los surcos...

Los grupos de consumo se encuentran en fase de formación, y de momento ya hay embriones en algunos barrios y pueblos de Madrid. Si te interesan estas iniciativas, contacta con nosotros/as.

¡Salud y Agroecología!

---

<sup>115</sup> Esto fue en la primera de las cooperativas BAH!, la de Perales de Tajuña. Otros núcleos establecieron otros topes de tamaño.

## **6 Circuitos cortos en el corazón de la bestia: agricultura apoyada por la comunidad en Nueva York<sup>116</sup>**

En 1850 Nueva York tenía medio millón de habitantes. Tan solo 50 años después alcanzaba casi los 3,5 millones, hoy se acerca a los 8,3 millones, y 22 si incluimos el área metropolitana. Es una ciudad que, si la comparamos con otras ciudades del mundo, se ha formado muy rápido. De ello ha resultado un espacio decadente y sucio, caro e incómodo para vivir, que muestra sin pudor grandes desigualdades sociales y económicas.

Probablemente más que cualquier otra ciudad, se ha desarrollado de espaldas al territorio que la sustenta. La ciudad no muestra ninguna referencia al paisaje circundante ni a su medio natural, sino más bien al inmenso poder del dinero y a las distintas épocas del desarrollo del capitalismo. Encarna perfectamente la ilusión de la independencia del ser humano hacia la naturaleza; o más aún, de nuestro dominio sobre ella. Nueva York es el símbolo de la Ciudad Global, que parece estar más cerca de Londres o Yakarta que de las granjas de las comarcas cercanas. Que parece nutrirse tan solo de información y autorreproducirse tan solo con el trabajo de los seres humanos que la pueblan y su tecnología. Pero es un monstruo ecológico que todos los días necesita devorar recursos naturales y expulsar residuos y contaminación en cantidades inmensas, como gran ejemplo de insostenibilidad socioambiental y de dependencia, que perjudica y destruye territorios y pueblos hasta muchos miles de kilómetros de distancia.

Al igual que Estados Unidos, la ciudad ha surgido de la concurrencia de gentes de todas las partes del mundo, y la vida que en ella se desarrolla es mezcla de las mil y una formas de habitar la ciudad de sus diversos habitantes. Sabemos que “el país de las oportunidades” también es el país de las injusticias, y al igual que es líder indiscutible del capitalismo mundial y de todos los desastres que este genera,

---

<sup>116</sup> Este capítulo está adaptado a partir de un artículo denominado “Agricultura ecológica y campesina en Nueva York”, publicado por el autor en el número 21 de la revista *La Fertilidad de la Tierra* en 2006. Algunos de los datos generales relativos al contexto de los CCC en la ciudad o en Estados Unidos se han actualizado, pero el resto de datos e informaciones se han mantenido.

también en su seno se han desarrollado luchas y resistencias que han marcado la trayectoria de movimientos emancipatorios en todo el mundo. Podemos hablar del llamado Movimiento Antiglobalización, pero también de muchos otros: el antirracismo, el pacifismo, el feminismo, el ambientalismo...

Así, resulta que en Nueva York, la antítesis de la naturaleza y del medio rural, encontramos también proyectos pioneros que tratan de hacer de la ciudad un entorno más habitable. Proyectos que ponen un especial énfasis en que no desaparezcan los pequeños agricultores agrarios del entorno cercano. Y que pretenden reconstruir los espacios sociales de los barrios y restablecer los lazos de la ciudad con el territorio que la circunda. Son como esas florecillas que nacen en las grietas del asfalto y que acaban levantándolo y abriendo hueco para que se vayan instalando nuevas plantas.

## **Green Markets: mercados de productores locales**

Nos encontramos una de esas flores raras al pasear por Union Square, en el corazón de Manhattan, entre las avenidas Park y Broadway, probablemente uno de los barrios con el suelo más caro del mundo. A este mercado acuden cuatro días a la semana granjeros locales a vender los productos directamente al consumidor, para obtener rentas dignas (los organizadores aseguran que al menos el 85% del precio final de venta va al productor). Así los neoyorquinos tienen acceso a productos frescos y naturales (muchos de ellos, de producción ecológica) a precios no muy altos.

En distintos barrios de Nueva York existen en la actualidad unos cincuenta Green Markets<sup>117</sup>. La mayor parte abren uno o dos días a la semana y durante siete u ocho meses al año, pues el duro invierno de Nueva York impide la producción el resto del tiempo. El de Union Square es el primero y también el más grande: a él acuden unas cien granjas con muy diversos productos: frutas y verduras frescas, carne, huevos, flores y todo tipo de cosméticos y alimentos transformados. Las granjas más lejanas se sitúan a unos 350 kilómetros de distancia, y la mayoría encuentran en el Green Market su único punto de venta. El proyecto surgió en 1976, época en que la Revolución Verde, con la intensificación y la industrialización de la agricultura, estaba transformando radicalmente el medio rural norteamericano y generando así graves desequilibrios socio-demográficos y ambientales.

Los consumidores neoyorquinos encontraron en los granjeros locales (de los estados de New York y New Jersey) los compañeros ideales para su proyecto. El 80% de los agricultores y agricultoras del mercadillo asegura que no habrían podido aguantar con la granja de no existir el mercadillo. El coordinador del mercado de

---

117 Al reescribir este texto, en 2014, la página web [grownyc.org](http://grownyc.org) afirmaba la existencia de 53 mercadillos semanales integrados en la red Green Markets de Nueva York. El Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) aseguraba en 2013 que las ventas en 2011 en *farmers markets* crecieron en el país hasta el 17%.

Union Square nos comenta satisfecho que esta zona estaba muy degradada socialmente, y que “el Green Market ha hecho que aquí venga todas las semanas mucha gente, y que incluso nuevos negocios se instalen en la plaza y alrededores”. Como, por ejemplo, un lujoso supermercado de la cadena Health Market, especializada en productos naturales, dietéticos y ecológicos, que abrió sus puertas hace un mes. El coordinador no teme la competencia de esta potente cadena, pues dice que la gente que viene al Green Market sabe a lo que viene y valora el comercio local. Una tranquilidad que sorprende al echar una mirada alrededor.

Sin embargo, la propaganda del mercadillo aporta poderosas razones para comprar en él: preservar el medio ambiente y la economía rurales, fortalecer la seguridad alimentaria en el estado de Nueva York, fortalecer los espacios sociales del barrio, dotar al barrio de un espacio para la educación ambiental, fomentar la agricultura ecológica, reducir el impacto ambiental de la agricultura industrial y de la producción a gran escala, acortar el transporte de los productos (generador en las ciudades del 50% de los gases de invernadero) o conservar la biodiversidad agraria –aseguran que en los Green Market puedes encontrar hasta cien variedades distintas de tomates o de manzanas–. Tras casi cuarenta años de andadura del mercadillo, y constatando la mercantilización e industrialización del mercado ecológico en Estados Unidos, podemos comprobar que la apuesta por la pequeña producción local funciona. ¿Por cuánto tiempo?

El Green Market se sostiene con las cuotas de los granjeros, con lo que se paga el alquiler de las carpas, los sueldos de los 30 técnicos que dinamizan los 50 mercadillos de la ciudad, la propaganda, las inspecciones a las granjas, etcétera. Se gestiona a través de una junta gestora de 10 granjeros y granjeras elegidos por el resto, y está apoyado económicamente por el Ayuntamiento de Nueva York, que alquila el espacio a bajo precio y apoya en la gestión. El Green Market está dentro del movimiento internacional Slow Food, que pretende sacar a la luz las problemáticas sociales, ambientales, territoriales, sanitarias y económicas que vienen asociadas a la agricultura industrial, y que promueve un modelo agroalimentario donde primen la calidad y los principios sociales y ambientales.

## **Los CSA: Agricultura Apoyada por la Comunidad**

Algo más difícil de encontrar son los 18 proyectos de Agricultura Apoyada por la Comunidad (Community Supported Agriculture) que se diseminan por Nueva York<sup>118</sup>. No cuentan con el apoyo de la administración, su estrategia tampoco es la visibilidad ni el crecimiento, y muchos de ellos se desarrollan en vecindarios de bajo poder adquisitivo. Se asientan en la misma lógica que los Green Markets, como explica su propaganda: “Los neoyorquinos tienen problemas para encontrar productos frescos, locales y asequibles; al mismo tiempo, las familias granjeras del

---

118 En 2014, la página web justfood.org aseguraba haber colaborado en la creación de más de cien CSA en la ciudad.

nordeste de Estados Unidos están luchando para sobrevivir. Los proyectos de CSA presentan una solución innovadora para los dos problemas a la vez”.

Las organizaciones promotoras de los CSA localizan granjeros locales interesados y grupos urbanos y los ponen en relación. Por ejemplo, en Nueva York, la organización Just Food lleva desde 1996 acompañando la formación y el desarrollo de las CSA: pone en contacto a las partes, les da consejo y formación y acompaña la gestión durante el primer año de formación. Después, cada grupo de CSA comienza su andadura independiente.

Cada CSA suele tener un productor de verdura o fruta fresca, y eventualmente otros productores de productos de menor consumo, como carne, huevos o alimentos transformados. El producto se distribuye en lotes iguales para todos los miembros de cada CSA, compuestos de vegetales variados (al menos 7 tipos cada semana, 40 cada estación), la mayoría de producción ecológica, y se supone que suficientes para unidades de consumo de entre dos y tres personas. Cada campaña se evalúa la marcha del proyecto, conjuntamente, entre productores y consumidores, y se planifica lo que se producirá al año siguiente. El precio de la cesta (*share*, en inglés) se compone del coste de producción y de transporte, y también de una cantidad suficiente para el sustento de los productores. En la mayor parte de los CSA los consumidores pagan por adelantado cada estación, lo que ayuda al granjero o granjera a planificarse; e incluso le permite realizar inversiones y también administrar el dinero contando con los meses en que se trabaja, pero no hay cosecha.

Los grupos de CSA son de composición variada. Entre los de Nueva York el tamaño varía de las 30 a las 180 familias, que se agrupan en dos o tres puntos de distribución y son abastecidos normalmente por un solo productor. La gestión de las cestas, los pagos y la organización interna se realiza con trabajo voluntario. Intentan mezclar a gente de procedencias y rentas distintas para generar cohesión en los barrios neoyorquinos, que tantas desigualdades sociales presentan. En muchos de ellos hay programas especiales para adaptar el precio de la cesta a las familias de rentas bajas, y las necesidades del productor se cubren al pagar más quien tiene más. Algunos CSA también aceptan bonos del programa municipal de comidas para desempleados. También las relaciones con el productor varían, desde la simple compra de la cesta semanal hasta un CSA –el más antiguo en Nueva York– en que los consumidores son copropietarios de los medios de producción y el productor es miembro del CSA, y entre todos se reparten responsabilidades y beneficios (un modelo parecido al de Bajo el Asfalto está la Huerta, en Madrid).

La experiencia de los CSA lleva unos veinte años en Nueva York, pero en Estados Unidos existen desde inicios de los años setenta<sup>119</sup>. Es un modelo de agricultura que se apoya en las redes sociales de los barrios, pero que a su vez las refuerza y las dota de nuevas utilidades para quienes las componen. Y es un modelo que

119 En 2014 se censaba un total de 4.000 proyectos de CSA en todo el país (sobre todo en California y la Costa Este), que integraban entre 200.000 y 400.000 familias. Datos extraídos de la web localharvest.org en abril de 2014.

funciona hasta en Nueva York. De hecho, la gente de Just Food asegura que están arrancando con al menos seis nuevos proyectos de CSA por año.

## **Una cooperativa de consumo con 40 años y 12.000 socios**

Paseando por Union Street, en el tranquilo barrio de Park Slope, en Brooklyn, encontramos un discreto neón que anuncia: “Food Coop”. Esta cooperativa de consumidores nos ofrece “buena comida a bajos precios para miembros que trabajan a través de la cooperación”, como dice su lema. Lleva funcionando desde 1973, y cuentan que nació de un pequeño grupo de compañeros de militancia, dentro de la oleada de proyectos cooperativos que surgieron a lo largo y ancho de Estados Unidos tras las movilizaciones contra la guerra de Vietnam, al calor de aquel gran movimiento y de la gran creatividad social que despertó. Su objetivo era, al igual que en los otros dos proyectos, traer a la ciudad fruta y verdura fresca y de calidad a precios asequibles, y frenar la rápida desaparición de las pequeñas fincas agrarias del nordeste.

En la actualidad, Park Slope Food Coop está formada por casi 12.000 socios, y ocupa tres edificios contiguos de dos plantas y un sótano para las cámaras frigoríficas. Solo pueden comprar los socios, y ofrece a sus miembros más de 200 variedades de alimentos frescos y más de 7.000 productos, incluidos también textiles, de limpieza, cosméticos, etcétera, el 70% de los cuales son de producción ecológica, y muchos de ellos, de producción local. Sin embargo, también tienen productos venidos desde lejos, algunos desde otros continentes; productos de Comercio Justo y también de grandes multinacionales (como Dole, Nabisco o CocaCola). Dicen que “tienen lo que quieren los socios”, ya que ven muy importante que no tengan que ir a la cooperativa y luego a otras tiendas para completar la compra. Lo que sí intentan es informar bien del origen de cada producto, qué características presenta y en qué condiciones (sociales y ambientales) está producido, para que el consumidor pueda decidir qué compra y qué modelo de producción sostiene.

Park Slope no es la única cooperativa de consumidores de alimentos ecológicos de Estados Unidos, ni tampoco la más grande. De hecho, hay cientos de cooperativas por todo el país que funcionan de muy diversas formas. Lo que la diferencia de otras es que todos los miembros de la cooperativa deben aportar trabajo para poder acceder a los productos: 2 horas y 45 minutos al mes por cada miembro. Esto hace que todos los días haya unas 400 personas que aportan su trabajo como cuota de socio, lo que suma unas 137 jornadas laborales de 8 horas. Es así como pueden permitirse tener la tienda abierta 14 horas al día, y conseguir unas rebajas de entre el 20 y el 40% del precio normal de mercado –según productos–. Las tareas que realizan los socios son de todo tipo: desde el servicio de guardería que permite a las madres y padres aportar su trabajo, hasta las tareas de empaquetado, pasando por las cajas, la recepción, clasificado y reposición del producto, tareas de oficina, comunicación interna y externa, etcétera. Además hay 51 socios trabajadores remunerados, que cubren las tareas que requieren de mayor constancia,

formación o responsabilidad, y que, sobre todo, se dedican a coordinar el trabajo mensual de los miles de socios de la cooperativa.

Para entrar en la cooperativa debes poner una fianza de 25 dólares, y aportar otros 100 dólares como “capital social” de la cooperativa, que recuperas al salir de esta. Los socios son también los “propietarios” de la cooperativa, y como tales deben decidir sobre todos los aspectos de la gestión. Todos los meses realizan una asamblea abierta donde se toman las decisiones, y una vez al año eligen a la “comisión rectora”, compuesta de cinco socios consumidores y un socio empleado. Esta comisión rectora es la figura legal de gestión de la cooperativa, pero en la práctica responde a las decisiones de la asamblea abierta.

La cooperativa Park Slope provee de muchos otros servicios y realiza muchas otras actividades: eventos sociales, talleres prácticos y teóricos alrededor de la alimentación y el medio ambiente y campañas ecologistas, como, por ejemplo, contra los alimentos transgénicos o contra la desaparición de las pequeñas fincas agrarias. Con sus problemas y sus muchas contradicciones, lleva 41 años funcionando con un modelo de economía cooperativa y autogestionaria, y parece que tiene para unos cuantos años más.

## Un paisaje de contradicciones

No es que proyectos de este tipo sean difíciles de encontrar en Europa o en el Estado español. Lo que sorprende es encontrarlos en Nueva York. Y también que sean tan grandes y que lleven tantos años. Podemos pensar que nos llevan un par de décadas de adelanto y que la escena de los llamados circuitos cortos de comercialización aquí en el Estado español va a tender claramente hacia esa evolución, pero pensar esto sería un error: sin duda cada escenario presenta condicionantes muy distintos.

En este sentido es interesante analizar las distintas contradicciones que desde una mirada antagonista y europea nos pueden surgir: la institucionalización de estos proyectos, la instrumentalización por parte de la administración, su pequeño alcance en número de personas involucradas, la aparentemente tranquila coexistencia entre el capitalismo más descarnado y proyectos con lógica autogestionaria, la integración de reliquias rurales como paisaje de la ciudad global, la coexistencia entre productos ecológicos locales y productos agroindustriales de multinacionales...

Cabe preguntarse hasta qué punto o, mejor dicho, en qué aspectos estos proyectos han perdido su esencia transformadora o han sabido atravesar sus contradicciones para mantener rasgos profundamente transgresores y valiosos. Valores como la propiedad colectiva, la pequeña producción artesanal, el trabajo cooperativo, los usos agrarios de zonas urbanas, la participación del consumidor en la producción. Y a la vez seguir vivos 20 (o 40) años en un entorno tan absolutamente hostil.

## **7 AMAP: alianzas locales entre agricultores y consumidores para mantener la agricultura campesina en Francia<sup>120</sup>**

Los AMAP (Asociación por el Mantenimiento de la Agricultura Campesina) son un modelo de asociación entre pequeños productores agrícolas y consumidores que surge en Francia en 2001, y desde entonces se ha extendido de forma vertiginosa: Alliance-PEC hablaba de 80 en 2005<sup>121</sup>.

### **En búsqueda de alternativas para la pequeña producción agraria**

Desde el inicio de la industrialización de la agricultura, y más pronunciadamente, con la llamada globalización económica, asistimos en Europa a procesos como el abandono de la producción en amplios territorios; la desaparición de las explotaciones más pequeñas, con peor acceso al mercado o con menor capacidad de inversión; la degradación creciente de los ecosistemas agrarios: suelos, agua y biodiversidad (salvaje o cultivada), y la degradación de las condiciones laborales generales en el sector. Esta dramática situación está debilitando el medio rural y el medio ambiente, y nos acerca a un verdadero problema de seguridad alimentaria. Y no solo por los problemas crecientes de salud que vienen asociados a la producción industrial, para trabajadores y consumidores; también por la disminución de las producciones básicas agrarias en el primer mundo y la creciente dependencia del inseguro mercado mundial.

---

120 Este capítulo está basado en un artículo publicado con el título de “Los AMAP, contrato entre agricultores y consumidores” en el número 28 de la revista *La Fertilidad de la Tierra*, en 2007. Los datos y fechas del artículo original se han mantenido, y se actualizan en algunas notas al pie de página.

121 En 2012 la federación interregional de AMAP (MIRAMAP) hablaba de más de 1.600 AMAP, que agrupaban a más de 200.000 familias: <http://miramap.org>.

Estas razones llevaron a distintas organizaciones francesas<sup>122</sup> a reimpulsar la Alliance Producteurs-Ecologistes-Consommateurs (A-PEC) en la región de la Provenza, que había sufrido un fuerte éxodo rural en las últimas décadas. Más tarde unos agricultores del sur de Francia decidieron crear lo que llamaron AMAP, tras un viaje a Estados Unidos en el que visitaron varios proyectos de CSA. Al comenzar esta nueva iniciativa, la A-PEC empezó a funcionar en la difusión y dinamización de este tipo de proyectos, aunque no en todas las regiones de Francia por igual. Para seguir el proceso de extensión de los AMAP, nos vamos a centrar en la evolución que han seguido en la región de Marsella (PACA, Provence-Alpes-Côte d'Azur), donde tomaron mayor impulso desde los inicios del movimiento.

## **Alliance Provence: Un espacio de concertación entre movimientos sociales rurales**

Alliance Provence se encarga de dinamizar los AMAP de la región. Su composición se divide en cuatro partes: productores familiares, asociaciones socias, AMAP y consumidores o "consumactores", como ellos les llaman. Cada parte tiene la misma representación y el mismo peso en el Consejo de Administración. Además la Alliance cuenta con dos trabajadores: un secretario y un «animador» para explicar el concepto a los nuevos AMAP. Y están en trámites para contratar un técnico agrónomo para la asesoría y acompañamiento de la producción ecológica, así como un director técnico.

Alliance asesora en la creación y desarrollo de los nuevos AMAP, y debe dar su aprobación cada vez que se forma uno nuevo, visitando la finca del productor, conociendo a los consumidores y asegurándose de que todo cumple con los principios de los AMAP. Además se encarga de la difusión de la iniciativa, del mantenimiento del aparato web, de realizar actos de formación y difusión en relación con la «agricultura de proximidad» y de la coordinación con otras regiones y proyectos de otros países. En la actualidad es la principal referencia para este tipo de proyectos en toda Francia<sup>123</sup>.

La carta de los AMAP establece los principios y los puntos generales de su estructura y funcionamiento<sup>124</sup>. Según este documento, un AMAP tiene por objetivos "preservar la existencia y la continuidad de las explotaciones de proximidad

122 Entre ellas encontramos sobre todo organizaciones agrarias y rurales, y todo tipo de organizaciones cívicas: de consumidores, familiares, de amas de casa, de consumidores, ecologistas...

123 En la pasada década el movimiento de los AMAP se desarrolló enormemente en toda Francia, creándose dos coordinaciones estatales de AMAP (CREAMAP y MIRAMAP), que son las que actualmente se encargan de la coordinación y dinamización del movimiento. La fuerza del movimiento en este país ha permitido el impulso de la red internacional URGENCI, con base en la propia Provenza, que promueve y coordina este tipo de iniciativas en los cinco continentes. En febrero de 2014 esta red organizó en Francia el 2º Encuentro Europeo de "CSA and other emerging alternative food systems", al que asistieron representantes de 18 redes nacionales de países europeos.

124 Entre 2012 y 2014 la red MIRAMAP ha desarrollado un importante proceso de revisión de la Charte des AMAP, para adaptarla a la realidad actual del movimiento, y crear así un espacio de reflexión colectiva de los cientos de iniciativas que la conforman.

dentro de una lógica de agricultura sostenible, esto es: una agricultura campesina, socialmente igualitaria y ecológicamente sana”. Reúne a un grupo de consumidores y a un agricultor alrededor de un contrato a través del cual cada consumidor compra al principio de estación una proporción determinada de la producción, que se distribuye periódicamente a un coste constante. Los productores que dedican toda su producción a un AMAP acuerdan un precio con los consumidores en función de los costes y gastos de mantenimiento de la actividad. Los que solo dedican una parte deben acordar un precio con un determinado porcentaje de descuento respecto a sus precios de mercado. El hecho de compartir los riesgos de la producción (climáticos o sanitarios) y la sobreproducción del verano hacen de este un sistema alternativo a los precios del mercado y sus fluctuaciones.

Cada AMAP ha de tener un solo productor, aunque puede recibir distintos productos estableciendo contratos con otros productores. Lo que se reparte cada semana se acuerda a principio de estación, y todos los productos deben provenir directamente de la granja. La Carta también habla de la calidad de los productos (no se pueden utilizar químicos de síntesis), de la solidaridad de los AMAP con otros agricultores y del respeto de las normas sociales con los asalariados de cada explotación, entre otras cosas. Pero más allá de estos puntos definidos en la carta, cada AMAP debe concretar su funcionamiento de forma autónoma.

## Un ejemplo de AMAP

Jerome Laplane es agricultor ecológico y distribuye sus productos en dos AMAP, y además en venta directa en el Mercado Campesino de Cours en Marsella. Jerome es militante de la Confederation Paysanne Française (CPF) y forma parte del Consejo de Administración de Alliance-Provence.

Jerome es el titular de una granja con cinco hectáreas de tierra en la Provenza, cerca de la ciudad de Roquevaire. Cultiva tres hectáreas de hortaliza y maneja alrededor de cuarenta cultivos diferentes durante todo el año. También tiene 3.000 m<sup>2</sup> de invernaderos, aves, frutales y olivos. En la explotación trabaja otra persona asalariada a tiempo completo y una más en los seis meses de mayor trabajo, además de contar a menudo con estudiantes en prácticas de las escuelas agrarias de la región. Para su trabajo cuenta con tres tractores: uno más nuevo y potente, y otros dos más antiguos que utiliza ocasionalmente<sup>125</sup>.

125 Por aportar otra referencia más actual, la red de AMAP de la región Midi-Pyrénées, compuesta por más de 120 AMAP, definió en 2013 (mucho después que esta entrevista con Jerome) las dimensiones mínimas para la viabilidad económica de un AMAP de producción hortícola. Para crear un puesto de trabajo, la superficie mínima debería ser de una hectárea, y dentro de la misma, unos 400 m<sup>2</sup> de invernadero, pues esa región, de Toulouse, en la cara norte del Pirineo, es relativamente fría. Con esta superficie se podrían abastecer 40 cestas semanales, que a un coste medio de 25 euros por cesta permitirían cubrir los costes de producción no humanos (que suelen suponer en torno al 50% de los costes totales) y aportar una remuneración adecuada del trabajo, siempre desde la perspectiva de esta red.

Los AMAP para los que produce Jerome reúnen cada uno unas 50 «cestas» de verdura, correspondientes a 60 o 70 familias y 180 consumidores/as totales. En uno de ellos las familias se encuentran todas en Marsella, a unos 20 kilómetros de la explotación, donde funcionan en la actualidad otros 24 AMAP y alguna otra estructura de consumo asociativo con el sistema de “cesta fija”. En el otro las familias se encuentran en las cercanías de la granja, y van allí directamente a recoger el lote semanal. El tamaño de cada AMAP está así establecido para permitir una más fácil gestión. Cada AMAP tiene un grupo gestor, formado por los consumidores, que realiza las tareas de contabilidad y tesorería, animación del grupo, coordinación con los productores que les abastecen de otros productos (en este caso, queso, miel, carne, pan y fruta) y presidencia del AMAP. Por otro lado, cada consumidor se encarga de coordinar o realizar la distribución una semana al año.

Se reúnen al completo dos veces al año, y una o dos veces al año se organizan días de puertas abiertas en la finca, a los que suelen ir cincuenta o sesenta personas de cada AMAP. Jerome también informa todas las semanas a los consumidores del estado de la huerta y de otros aspectos de la producción, como las épocas en que tiene más trabajo, por si quieren acercarse a ayudar; aunque afirma que solo dos personas acuden regularmente. Cuando Jerome ha necesitado un apoyo fuerte, los consumidores han respondido bien. Como en 2005, cuando la inversión en las instalaciones para la producción de huevos falló y quedó fuertemente endeudado.

La cuota de socio del AMAP, 19 euros por semana<sup>126</sup>, se paga por adelantado cada seis meses. El acuerdo entre Jerome y los consumidores es que la verdura que estos reciban va a salir entre el 15 y el 20% más barata que los precios de Jerome en el Mercado Campesino. Además se compromete a repartir en los AMAP todo lo que no venda en el mercado, a la vez que los consumidores deben aceptar que, si hay problemas y la cosecha se reduce en algún periodo, también deberán asumir las pérdidas. Jerome nos explica que para él es muy importante que los consumidores asuman los riesgos e inestabilidades de la producción agraria, a la vez que comparten los beneficios de las buenas cosechas.

## Conversando sobre el movimiento de los AMAP

Fuimos a ver a Jerome un sábado al Mercado Campesino de Marsella, y le hicimos algunas preguntas relámpago:

*PREGUNTA: ¿Qué criterios sociales hay para la constitución de un AMAP?*

*RESPUESTA:* Alliance-Provence discute actualmente estos criterios, que deben cumplir los de la Carta de los AMAP de la región PACA. En la práctica se reducen a los criterios establecidos por la Confederation Paysanne Française para lo que denominamos agricultura campesina: 1) que sea agricultura familiar

<sup>126</sup> Desde el momento en que se escribió el artículo original, las cuotas a pagar por cada cesta han subido en Francia, alcanzando a menudo los 25 euros por cesta semanal.

(no más de uno o dos asalariados por explotación), 2) que la producción sea local: por ejemplo, más de cien kilómetros de distancia entre producción y consumo ya no es local, y 3) que la producción sea de agricultura ecológica certificada o sin el empleo de pesticidas o herbicidas químicos. Pero en la práctica es el Consejo de Administración de Alliance quien examina caso a caso, y quien decide en último término quién hace agricultura campesina y quién no.

Durante los dos últimos años hemos tenido un gran debate sobre la agricultura ecológica. Hay gente en la Alliance que le da importancia sobre todo a la agricultura campesina, y no quiere excluir a pequeños agricultores convencionales. Pero en la Carta hemos acordado que no se deben utilizar químicos de síntesis en la producción, y aunque nunca se ha pedido certificación, sabemos que hay productores que no cumplen este acuerdo. En la actualidad hemos acordado que todos los AMAP tendrán que demostrar que no utilizan químicos, ya sea a través de la certificación oficial o de alguna institución independiente que lo acredite. En la práctica, el 60% de los productores de Alliance-Provence están certificados y el 20% cultiva en ecológico aunque no lo esté. El 20% restante tendrá que reconvertirse o irse.

*P: ¿Qué problemas están surgiendo en estos años de desarrollo de los AMAP?*

R: El primero es que no está claro lo de la producción ecológica, y esto nos ha llevado a muchas discusiones, y algunas muy fuertes. Cuando ha cambiado la presidencia de la Alliance, hemos avanzado en este debate, como ya he explicado.

Otro problema es que estamos creciendo mucho y muy rápido, y eso nos está impidiendo realizar el trabajo de asesoría y acompañamiento de los nuevos grupos como nos gustaría.

Por otro lado, encontramos que las familias quieren más diversidad en las cestas semanales. Para ello nos estamos planteando organizar la producción entre varias granjas para poder repartir cultivos, porque cuanto más diversidad, más difícil resulta la gestión de la finca. Sin embargo, personalmente yo creo que reducir la diversidad es un problema para una verdadera gestión agroecológica de cada explotación.

Por último, excepcionalmente, ha habido algunos productores que sacan en los AMAP los productos defectuosos, mientras que al mercado llevan lo bueno. Esto es un serio problema para la confianza de los consumidores en general, y vamos a tener que hablar con esta gente.

*P: Dime dos potencialidades que ves en el modelo de los AMAP.*

R: Por un lado, creo que es una oportunidad muy buena para la nueva instalación de jóvenes agricultores: la circulación de nuestros productos es mucho más fácil y segura con este sistema, porque tienes el apoyo de los consumidores. Por otro lado, es muy importante la unión entre productores y consumidores: podemos hablar y entendernos, y esto puede permitir la supervivencia de la agricultura. Los pequeños agricultores solos no podemos con lo que se nos viene encima con la globalización.

*P: Dime dos límites de vuestra iniciativa.*

R: Lo primero que veo es que no hay suficientes agricultores militantes, y menos, cerca de las ciudades. Si las administraciones locales no apoyan este tipo de iniciativas, en poco tiempo la pequeña agricultura periurbana desaparecerá.

Por otro lado, es un límite para el desarrollo de esta iniciativa el que la gente piensa que solo es para ricos, y hay que trabajar esto, porque no es cierto. Tenemos que aprovechar la potencialidad de todas las personas. Incluso con gente de poco dinero podemos sacar adelante iniciativas muy interesantes, por ejemplo, a través de microcréditos a jóvenes agricultores, como se hace en África o América Latina; o de la creación de «cestas solidarias» para gente de menos recursos.

P: *¿Crees que los AMAP son útiles para la concienciación y movilización de los consumidores en torno a las problemáticas rural y agraria?*

R: Bueno, hay gente a la que solo le interesa la verdura de calidad y barata, pero también hay mucha gente muy concienciada, y que poco a poco van conociendo y sensibilizándose con la situación en el campo. Nuestros consumidores están muy orgullosos de saber lo que pasa en la granja y de poder ayudar si es necesario. Mucha de esta gente piensa que estar en un AMAP es algo muy político.

P: *¿Cómo valoras la importancia de los AMAP en el contexto de la agricultura campesina en Francia?*

R: El peso real que tenemos en la actualidad es muy poco si nos comparamos con lo que mueven Carrefour o Alcampo. Pero, a otro nivel, es muy importante para muchos pequeños agricultores: en la región PACA los AMAP han movido en 2005 unos cinco millones de euros al año.

A nivel simbólico, también tiene mucha importancia: se conoce mucho y se valora bien, también en los grandes medios de comunicación. Aunque se habla más de los AMAP que la importancia real que tienen, esto hace aumentar la conciencia y puede que ocurran cosas en el futuro que no habíamos imaginado antes.

A nivel internacional, la organización Ugenci impulsa redes y espacios de encuentro con proyectos como los Teikkei de Japón o los CSA de Estados Unidos y Canadá. Después del encuentro mundial en Portugal en 2005, hemos visto que esto ha animado al surgimiento de varios proyectos de este tipo en la zona.

P: *¿Cómo ves el futuro de los AMAP?*

R: Creo que van a crecer, pero los AMAP no son la única solución para la agricultura. Quizá hay que hacer revistas o hacer proyectos para gente con poco dinero... Lo que pueden hacer los AMAP es permitir la instalación de nuevos agricultores, extender la conciencia sobre la problemática rural y de la pequeña producción agraria, apoyar a agricultores con dificultades o fomentar que los organismos que gestionan el territorio vean la importancia de este tipo de iniciativas. Los AMAP han hecho ver a los consumidores que lo que venimos denunciando, con Bové y otros, desde la CPF es cierto: comemos mal, y eso nos trae muchos otros problemas.

## 8 Grandes cooperativas de consumo. Llegar al gran público desde la economía social<sup>127</sup>

El año 1992 fue importante para la agroecología en el Estado español, ya que se crearon Otarra en Donostia-San Sebastián, Landare en Iruña-Pamplona y El Encinar en Granada. Al año siguiente se crearon BioAlai en Vitoria-Gasteiz, Almocafre en Córdoba y La Ortiga en Sevilla. Su vigésimo aniversario nos brindó una ocasión para retratar un modelo importante de circuito corto de comercialización: asociaciones grandes (por encima de 150 socios/as) de productores y consumidores ecológicos, con tienda abierta al público en horario comercial, gestión profesionalizada y oferta de gran variedad de productos (por encima de 500 referencias). Enviamos una pequeña encuesta a 13 iniciativas de distintas comunidades autónomas que cumplían con este perfil, y obtuvimos 11 respuestas.

### Algunos datos para situarnos

Las asociaciones y cooperativas con las que hemos hablado oscilan entre los 122 socios de Ecogermen (Valladolid) y los 1.700 de Landare (Iruña-Pamplona), si bien la mayoría de ellas se sitúan entre los 200 y 500 socios. Los promedios de gasto por cada socio se sitúan entre los 1.000 y 1.400 euros al año, excepto en Biosegura en Murcia (con 646 euros por socio y año), que realiza parte de las ventas fuera de la tienda, y Ecogermen (con 2.582 euros por socio y año), que vende gran cantidad de producto a personas no socias. Las facturaciones en 2011 oscilaron entre los 200.000 y los 1,5 millones de euros.

Seis de ellas solo venden productos a socios, y las que también venden a no socios suelen cobrarles un sobreprecio. Los horarios de apertura de las tiendas van desde las 12 horas a la semana de Biosegura y las 17 horas de Ecogermen a las 59 horas a la semana de BioAlai (Gasteiz). Las que abren menos horas complementan la venta con repartos a domicilio o

127 La versión original de este capítulo fue publicada en la primavera de 2013, en el número 52 de la revista *La Fertilidad de la Tierra*, como un artículo denominado “20 años de cooperativas de consumo agroecológico”. Los datos se obtuvieron a partir de una encuesta realizada por el autor para la elaboración de dicho artículo.

a puntos de acopio o realizan gran parte de sus ventas a personas no socias.

El tamaño de las tiendas se sitúa en torno a 100 o 150 m<sup>2</sup>, excepto en BioAlai, que dispone de 300; y tan solo dos iniciativas han abierto una segunda tienda en la misma ciudad. La media de facturación anual es de 3.200 euros por cada metro cuadrado de tienda, si bien oscila entre los 1.500 y los 4.500 euros. La variedad de productos ofrecidos en cada tienda va de las 600 a las 4.000 referencias.

Las cooperativas contratan entre 3 y 10 trabajadores, y su proporción varía entre los 80 y los 150 socios por cada trabajador contratado, o entre los 100.000 y los 150.000 euros de facturación anual por trabajador. Una de las cooperativas factura 50.000 euros por trabajador, y es la que mayor esfuerzo realiza en el reparto a domicilio. Estas proporciones reflejan márgenes comerciales reducidos, que revierten en precios lo más ajustados posibles para las personas socias.

## Una idea y distintas versiones para su realización

Los objetivos de todas ellas confluyen en la promoción de la producción y el consumo ecológico y responsable en sus ciudades y en establecer relaciones directas entre producción y consumo. Muchas de ellas, además, señalan su vocación de generar modelos de economía alternativos al capitalismo imperante, y al servicio de las personas, como nos comentan desde Ecogermen (Valladolid, 2003): “Somos una cooperativa sin ánimo de lucro, participamos activamente en la economía social y banca ética, tratamos directamente con productores, dando preferencia a los locales... Defendemos un modelo de consumo responsable y respetuoso con el medio ambiente y las condiciones de trabajo, desde la producción al consumidor final”.

Algunas cooperativas también se proponen defender los derechos del consumidor ecológico y promover el comercio justo, nacional e internacional. Asumen, por lo tanto, un papel social que en algunos casos han integrado en sus objetivos. En esta línea, varias iniciativas afirman en sus estatutos su objetivo de transformación social, y muchas de ellas se esfuerzan en crear redes con otras entidades de todo tipo, especialmente las relacionadas con la distribución alternativa y solidaria de alimentos ecológicos. Por ejemplo, Mercatrémol (Alacant, 2008) está trabajando desde hace tiempo por crear una red de nuevas iniciativas de distribución por la provincia. Coordinando las compras y la logística, pretenden aprovechar la economía de escala ligada al volumen creciente que distribuyen, sin necesidad de centralizar todo el trabajo en una sola entidad.

Al preguntarles por los rasgos que les diferencian de otras entidades de consumo asociativo de alimentos ecológicos, resaltan la comodidad para el consumidor, como en La Tierra Llana (Albacete): “Ofrecemos una amplia variedad de productos al tener un buen local, y buenos precios”. También pretenden ser una alternativa de distribución real para las producciones locales. Desde Otarra-Bioelkartea (Donostia, 1992) creen “que las asociaciones motivan a los

agricultores a que sigan produciendo productos ecológicos, les muestran que hay demanda”.

Después de 20 años de andadura, Almocafre (Córdoba, 1993) habla de “pragmatismo y realismo” y Landare (Iruña-Pamplona, 1992), de “un proyecto consolidado”. Su mayor tamaño respecto a otras iniciativas responde a una vocación de llegar a masas de población amplias y de promover así el consumo ecológico. Sin embargo, muchas de ellas establecen como seña de identidad su vocación de construir relaciones de confianza entre producción y consumo, y su mayor tamaño no debería obstaculizar esta construcción de relaciones alternativas.

## **Las asociaciones evolucionan según crece el sector**

A pesar de la crisis, todas las iniciativas han afirmado haber crecido en número de socios en los últimos años (entre el 5 y el 25%), a excepción de Ecoermen, que, sin embargo, ha crecido en facturación. Este ritmo de crecimiento es similar al crecimiento en la superficie certificada en el Estado español, aunque un poco menor que el crecimiento en el consumo total de alimentos ecológicos. Por contra, las grandes superficies redujeron en 2011 su facturación de alimentos ecológicos; por lo tanto, el mayor crecimiento en el consumo quizá se está dando en iniciativas asociativas más pequeñas y en pequeñas tiendas especializadas. En todo caso, los datos nos hacen ver que estas grandes cooperativas de consumo gozan de buena salud.

Por lo general, estas asociaciones y cooperativas presentan un perfil de socios variado en cuanto a poder adquisitivo, edad y motivaciones. Dibujan dos grandes grupos de consumidores: aquellos que buscan alimentos saludables y otros que ponen un mayor énfasis en la responsabilidad ecológica y los criterios sociales alrededor de la alimentación. Desde Almocafre especifican más: “Los socios son fundamentalmente personas de más de 40 años y mujeres, preocupadas por la salud y la calidad alimentaria. Luego hay otro grupo de jóvenes menores de 30 años, y su compromiso es la compra de productos ecológicos por la propia salud y por la del planeta”. Desde La Tierra Llana aseguran que los perfiles han ido cambiando y que cada vez se acerca más gente “no tan ligada a la ecología, sino también por fines médicos y de salud”.

Resulta difícil estimar si el buscar una mayor comodidad para el consumo ha llevado a perfiles menos “activistas” o si ha sido al revés. En cualquier caso, estas iniciativas han escogido crecer en volumen para cumplir sus objetivos de fomento de la agricultura ecológica, y ello les ha llevado a diversificar la oferta y abrir tiendas con horario comercial. Prácticamente todas ellas han señalado la mejora de la gestión contable y financiera de la tienda como uno de los principales retos que han tenido que afrontar en este crecimiento. Para ello, han tenido que profesionalizar la gestión, y uno de los principales esfuerzos que deben realizar es mantener (o ampliar) el número de socios para poder costear las infraestructuras y los empleos

generados.

Aun así, tal y como se muestra en el primer recuadro, las estrategias económicas varían mucho entre las distintas experiencias. Las proporciones entre socios y número de trabajadores, o entre facturación y superficie de la tienda, varían en gran medida entre ellas, lo cual condiciona la cuenta de resultados a finales de año. Pero las cuentas tienen que salir y, por lo tanto, cada una se adapta de una forma distinta al número de socios y a su evolución.

## Una propuesta de economía solidaria y agroecológica

Todas estas iniciativas entienden su existencia como un medio de transformación social hacia la sostenibilidad. Desde Almocafre matizan: “Nosotros no transformamos la realidad, sino que somos un referente de ese cambio social, un modelo hacia un mundo algo más justo e igualitario. Es un objetivo de supervivencia, es la forma de demostrar que nuestro modelo es posible y no es un modelo marginal ni marginado. No podemos ser un modelo ineficiente, caro y caprichoso. En ese caso nos convertiríamos en una empresa asimilada a la distinción social y al lujo de una clase acomodada”.

Desde Landare añaden: “Queremos generar una cultura de la alimentación, de la agricultura de cercanía, de la biodiversidad agraria, de las semillas, de la soberanía alimentaria. Queremos comunicar a las personas asociadas el esfuerzo de agricultores y ganaderos por ofrecernos esos productos tan buenos, limpios y justos para que se valoren adecuadamente, independientemente del precio”.

Por ello, todas las cooperativas aceptan los precios que propone el productor en origen y, como aseguran desde Otarra, cargan el precio final con “el margen mínimo necesario para seguir adelante”. Los sobrepuestos oscilan entre el 10 y el 28%, y en general son menores para los productos locales y los que vienen directamente desde el productor. Por contra, los productos más difíciles de manejar o muy perecederos tienen mayores sobrecostos. En *Árbore* (Vigo, 2001) aplican “un descuento del 20% a una serie de productos considerados cesta básica (alimentos básicos). Sobre todo, son cereales, legumbres, frutos secos a granel y producto fresco local, para que pueda acceder a ellos la gente que económicamente lo está pasando peor”. Landare carga menos sobrepuesto a los productores más cercanos “filosóficamente” o que tienen detrás un proyecto social. En *El Encinar* (Granada, 1992) “se realizan reuniones para la planificación de los productos en cada una de las temporadas con las personas asociadas; y las iniciativas de producción que son socias son las que tienen prioridad a la hora de realizar los pedidos semanales. En el caso de que falten productos concretos se recurre a distribuidoras. Para los precios de agricultores socios de producto fresco, se fijan además horquillas de precios máximos y mínimos anuales”.

Estas experiencias son conscientes de su potencial para promover cambios sociales desde abajo, construyendo una cultura de la cooperación y la autogestión, tal y como explican desde *BioAlai* (Gasteiz, 1993), una de las cooperativas más grandes: “Tenemos un goteo permanente de nuevos asociados. Hacemos reuniones previas

para explicar qué es BioAlai y entregar los estatutos de la asociación, así como los pasos para asociarse y los compromisos que se adquieren al ser socio. Entre socios y beneficiarios, llegaremos aproximadamente a más de 2.000 personas. Consideramos que este elevado número de consumidores activa la producción ecológica”.

Además, todas ellas realizan gran número de actividades de promoción de la alimentación y la producción ecológicas, entre sus socios y también hacia fuera: degustaciones, charlas, cursos de cocina, cinefóruns, visitas a fincas, exposiciones, participación en ferias y mercadillos, distintas publicaciones, etcétera. Tratan de construir y difundir una nueva cultura de la sostenibilidad y la justicia social a través de la economía cooperativa. Y esta cultura de la cooperación supone crear nuevas redes de confianza entre producción y consumo.

## **Organizar la producción y el consumo locales**

Estas cooperativas, por su volumen de consumo y por la capacidad de trabajo de sus socios, están siendo capaces de estructurar las redes locales de producción y consumo en sus territorios, lo que consideran necesario para su supervivencia y mejor funcionamiento. Un ejemplo es El Encinar, que cuenta con un servicio de asesoría técnica para la producción ecológica, en convenio con la Junta de Andalucía. Para Biosegura (Murcia, 2005) “consideramos vital la existencia de una red local de productores, y por eso queremos aportar nuestra experiencia en temas de producción y comercialización de productos ecológicos a escala regional y, a ser posible, estatal. Intentamos establecer lazos para el desarrollo del sector, y queremos contribuir a la mejora y diversificación de la red de iniciativas”.

Todas ellas dan prioridad a los productos locales o de productores asociados. En Árbore priorizan “el consumo de productos locales y es un objetivo claro en las compras de la cooperativa, aunque esto no significa que se complete la oferta con productos no locales”. Esto lo realizan principalmente a partir de la política de precios que ya hemos comentado, y poniendo como oferta exclusiva estos productos. Pero muchas de las cooperativas incluyen a los productores como socios, y así se integran en el funcionamiento general.

Por último, varias cooperativas están implicadas en Sistemas de Certificación Participativa o SPG, como Biosegura y la FACPE, de la que forman parte *El Encinar*, *Almocafre* y *La Ortiga* (Sevilla, 1993). Desde El Encinar (Granada 1992) nos explican que “este aval pretende incorporar más elementos que los que recoge el Reglamento Europeo de la Producción Ecológica, incluyendo cuestiones de índole socioeconómica, añadiendo criterios más concretos a temas de manejo (por ejemplo, relativos a la biodiversidad en finca) o medioambientales (por ejemplo, reutilización de envases o distancia recorrida por los productos hasta el punto de venta). Así pues, no se trata solamente de dar una cobertura formal a las personas agricultoras sin certificación por tercera parte. También se trata de construir un espacio de encuentro entre la producción y el consumo”.

## Armonizar el gran tamaño y la acción social

En línea con su proyecto de transformación social, uno de los principales puntos débiles planteados por las cooperativas es la falta de participación de los socios en la gestión y la toma de decisiones. En Landare, “por su tamaño, se ha complicado la interrelación entre los asociados. Por ello es muy importante potenciar las herramientas y vías que permiten que esto siga siendo una asociación participativa y viva, y no un simple punto de adquisición de bienes de consumo de producción ecológica certificada. En ese sentido son trascendentales los boletines internos (correo-e, revista, foros, tablón, etcétera) y las múltiples actividades (encuentros, cursos, talleres, visitas, catas, comisiones, etcétera). Por medio de estos canales se está consiguiendo intercambiar, debatir y ampliar ideas e ilusiones en torno al consumo (¡y producción!) sostenible a un nivel impensable hace solo unos años. Estas herramientas pueden permitir que, al menos por el momento, el tamaño de Landare, lejos de suponer una amenaza por la pérdida de protagonismo del asociado, se puede convertir en una ventaja que le permite poner en sintonía a más y más productores y consumidores responsables”.

### La importante tarea de dinamizar la participación en las asociaciones

Todas las cooperativas con las que hemos hablado destinan grandes esfuerzos a las actividades de dinamización de los asociados, y al acompañamiento de las personas nuevas que se asocian. Un ejemplo es el de la cooperativa granadina El Encinar, que ha creado distintos grupos de trabajo voluntario entre sus socios y socias a este fin:

*Grupo de Comunicación.* Difunde entre personas socias temas de interés, y elabora el boletín La Bellota. Se encargan del mantenimiento de la página web<sup>125</sup>, lugar de información permanente, encuentro y cooperación entre socios y socias.

*Grupo de Actividades.* Fundamentalmente, organiza charlas y conferencias, talleres, excursiones a fincas de producción ecológica, aperitivos y debates.

*Comité de Bienvenida.* Organiza reuniones casi cada mes para explicar a las personas recién incorporadas todo el funcionamiento de la asociación, con el fin de alentar su participación e incentivar su interés por una forma de consumo responsable.

*Grupo de Debate.* Intercambian opiniones sobre ecología y el actual modelo de consumo.

*Cinefórum.* Organiza proyecciones de películas con interés en el aspecto cinematográfico, y que conecten con temas relacionados con la ecología, la alimentación o lo social.

128 [www.asociacionelencinar.org](http://www.asociacionelencinar.org)

## **Sobrevivir en el contexto de crisis del consumo**

La situación económica actual hace que el principal reto de futuro para estas cooperativas sea mejorar su gestión interna y mantener la estructura creada. Sin embargo, se sienten fuertes gracias a su larga trayectoria y su actual crecimiento. Puede ser que, precisamente en estos momentos en que el sistema capitalista parece que se desmorona, este tipo de iniciativas sean más necesarias que nunca. Seguramente estas experiencias sean mejorables, pero también es seguro que en estas formas de autoorganización para una alimentación sostenible y responsable encontraremos importantes claves para el futuro inmediato en estos tiempos de rápidos cambios. Un futuro que debe contar con una economía al servicio de las personas y en armonía con la naturaleza.

## **9 Estrategias de comercialización “multicanal” para las pequeñas producciones ecológicas**

Daniel López, Julia del Valle y Sara Velázquez<sup>129</sup>

Con el presente artículo pretendemos profundizar en la naturaleza de las estrategias de comercialización de los productores ecológicos a través de CCC, así como en la adaptación de distintos tipos de explotaciones a cada CCC. Este análisis puede resultar de interés de cara a diseñar políticas públicas para el fortalecimiento del mercado interior de alimentos ecológicos, especialmente de aquellas destinadas a las explotaciones ecológicas de menor tamaño. Por ello, se ha diseñado una investigación con el objetivo de identificar las valoraciones asignadas por los productores ecológicos a los distintos CCC. También se ha tratado de identificar estrategias combinadas de distintos CCC que guarden coherencia interna –estrategias “multicanal”–. Y por último, se ha tratado de identificar la correlación entre las estrategias de comercialización y ciertas variables socio-demográficas y territoriales, que pueden resultar clave en la determinación de estrategias adaptadas a cada contexto específico.

Para responder a las preguntas formuladas se ha puesto en marcha un estudio en el sector de hortofruticultura ecológica, ya que este subsector agrícola ha sido señalado como aquel sobre el que se establecen inicialmente los circuitos cortos de comercialización (López y Fadón, 2012). La investigación se realizaría en un contexto doble, en dos comunidades autónomas con un perfil agrario marcadamente diferente. Por un lado, en 2011 se realizó una investigación con hortofruticultores ecológicos en Extremadura, como comunidad autónoma eminentemente agraria (15% de la población activa), con una densidad de población muy por debajo de la media estatal (26,52 hab/km<sup>2</sup>) y carencia de grandes núcleos urbanos; en la que

---

129 El presente apartado está elaborado a partir de los trabajos de fin de máster de las dos coautoras del capítulo, en los que participé como tutor: Sara Velázquez (2012): “El potencial de los Canales Cortos de Comercialización como herramienta de transición agrocológica en Extremadura. Una visión desde el sector hortofrutícola”, y Julia del Valle (2013): “Dime cómo eres y te diré cómo vendes. Canales y estrategias de comercialización del sector hortofrutícola ecológico en la Comunidad de Madrid”.

la producción ecológica supone cierta importancia (3.231 operadores certificados en 2012), siendo en aquel momento la cuarta comunidad autónoma por superficie certificada en producción ecológica y la tercera por número de operadores. En segundo lugar, en 2012 se realizó una investigación similar con productores hortofrutícolas ecológicos de la Comunidad de Madrid, como territorio eminentemente urbano (809 hab/km<sup>2</sup>), en el que la actividad agraria es residual (0,7% de la población activa total) y la producción ecológica también (355 operadores certificados) (INE, 2014; MAGRAMA, 2013).

**Tabla 9.1. Síntesis de métodos utilizados para el levantamiento de datos**

	<b>Extremadura</b>	<b>Comunidad de Madrid</b>
Entrevistas en profundidad	15	25
Encuesta telefónica (incluidas repeticiones)	48	7
Observación participante en eventos públicos	17	7

La recogida de datos se realizaría a través de entrevistas mixtas, que incluían una parte de entrevista en profundidad, así como preguntas de cuestionario cerrado. Dentro del universo muestral de los productores ecológicos en cada territorio, las entrevistas se limitarían a aquellos productores ya implicados de una forma u otra en CCC. Se realizaron un total de 15 entrevistas en Extremadura y 25 en la Comunidad de Madrid, que cubrieron el total del universo muestral de productores implicados en CCC en cada territorio, y en 22 casos se realizó una segunda entrevista para completar los datos obtenidos. La recogida de datos primarios se completaría con observación participante en la asistencia a 17 eventos en Extremadura, y 7 eventos en la Comunidad de Madrid.

**Tabla 9.2. Caracterización socioeconómica de las explotaciones analizadas**

	<b>Extremadura</b>		<b>Comunidad de Madrid</b>	
	Hortaliza	Fruta	Hortaliza	Fruta
Antigüedad media de la iniciativa (años)	10,5		5	
% agricultores con dedicación exclusiva a la finca	50%		63,20%	
Superficie total de finca (media)	3,7 ha		2 ha	
Superficie cultivada (media)	2,5 ha		1 ha	
Tipo de producción	30,8%	69,2%	80,95%	19,05%

La encuesta se ha basado en un cuestionario cerrado que combinaba preguntas de respuesta cerrada y abierta. Se consultó a los productores determinados aspectos encaminados a una caracterización socioeconómica de las explotaciones orientadas a los circuitos cortos en cada territorio (tabla 9.2). A su vez, se incluyeron aspectos relativos a la valoración, por parte de los productores, de distintos aspectos relevantes acerca de la puesta en marcha de distintos circuitos cortos de comercialización. Para ello se han analizado diversas fórmulas de venta directa o a través de un único intermediario, que han resultado ser las más representativas para el territorio español en la bibliografía consultada. Una tercera sección de los formularios sondeaba valoraciones y propuestas de mejora desde una visión general de CCC.

El conjunto de aspectos analizados se ha construido a partir de la revisión bibliográfica de distintos trabajos previos de análisis de los circuitos cortos de comercialización en el Estado español<sup>130</sup>. La información recogida en esta encuesta se refería solamente a la proporción de producto que los productores comercializaban a través de circuito corto, ya que gran parte de ellos (sobre todo en Extremadura) solo comercializaban una parte de su producción a través de canales alternativos.

Los datos cuantitativos obtenidos mediante cuestionario cerrado se procesaron mediante análisis de medias, en algunos casos ponderadas en relación con el tamaño de las superficies destinadas a CCC en cada finca (por ejemplo, en el cálculo del peso relativo de cada CCC). Para las preguntas abiertas el análisis de los discursos se realizó de forma manual, con el objetivo de obtener las valoraciones de los productores acerca de los distintos circuitos cortos utilizados.

## Las estrategias de los productores extremeños

La producción hortofrutícola ecológica en Extremadura supone el 1% de la producción nacional (107 hectáreas) en el caso de las hortalizas y el 15% en el caso de los frutales (730 hectáreas), destacando el frutal de hueso y, en menor medida, de pepita. La mayor parte de la producción se centra en un número limitado de grandes empresas, con superficies de varias decenas de hectáreas, cuyas producciones se orientan al mercado exterior. Sin embargo, se ha observado la presencia de un número creciente de explotaciones de pequeño tamaño (menores de 8 hectáreas en todos los casos) cuyas producciones se orientan al mercado interior, especialmente a CCC. En estas explotaciones es en las que nos centraremos en las siguientes páginas.

Las estrategias de comercialización identificadas entre los productores extremeños consisten en muchos casos en redes de distribución híbridas, que combinan canales alternativos con otros canales convencionales; ya sea comercializando como producto convencional o como ecológico. Las estrategias de comercialización se podrían explicar en función del volumen de la producción de cada producto o

---

130 Binimelis y Descombes (2010); Mauleón (2010); Fadón y López (2012); Calatrava y González (2012).

familia de productos y de la diversidad de producciones en cada iniciativa. Encontramos productores que utilizan estrategias de comercialización totalmente distintas para distintos productos o grupos de productos, en función de estas variables. A menudo, estas variables corresponden con determinados perfiles de productores.

En el caso de aquellas fincas centradas en producciones monoespecíficas, podemos diferenciar entre volúmenes más y menos grandes, a pesar de que cabe situar las experiencias analizadas dentro de la horquilla de explotaciones pequeñas que optan por los CCC y presentes en la región<sup>131</sup>. Para las iniciativas profesionales, de mayor volumen de producción –en torno a los 20.000 kilos de cereza anual, por ejemplo–, el uso de circuitos convencionales (a través de almacén mayorista o cooperativa en origen) es fundamental, y suele complementarse de forma minoritaria con circuitos alternativos. Los CCC representan una media del 18% del producto comercializado en este tipo de explotaciones, y el 2,5% de media si excluimos a aquella iniciativa que comercializa más producto en circuito corto<sup>132</sup>. En el caso de volúmenes monoespecíficos más pequeños (10.000 kilos), el canal alternativo suele ganar más peso, y puede ser incluso mayoritario, dependiendo de los contactos que posea el productor con las redes alimentarias alternativas regionales o de ámbito estatal, así como de las facilidades de la demanda (agrupación, por ejemplo). Para pequeños volúmenes de una o pocas producciones, en explotaciones no profesionales (3.000-5.000 kilos) el uso del canal corto se vuelve más sencillo, incluso de forma exclusiva, siendo en ocasiones la única vía posible para poder obtener una mínima rentabilidad de la fuerza de trabajo.

En el caso de explotaciones con producciones diversificadas, ya sean de huerta y/o frutal, encontramos una diferencia entre volúmenes medios y pequeños. En el primer caso, hablamos de entre 1 y 2 hectáreas de hortaliza, y hasta 4 hectáreas si incluimos explotaciones mixtas de fruta y hortaliza, en las que el frutal suele ocupar más de la mitad de la explotación. En el segundo grupo hablamos de microexplotaciones con menos de 1 hectárea de terreno cultivado. La mayoría de los productores hortícolas empiezan con pequeño volumen (alrededor de 0,5 hectáreas) y tienen más facilidad para comercializar la totalidad de sus producciones a través de circuitos alternativos, siendo estos los únicos que les permiten trabajar con esos pequeños volúmenes. A veces estas formas de comercialización tampoco resultarán fáciles, y dependerán de los contactos y el tipo de espacios de destino elegidos para sus producciones.

Los CCC requieren un suministro continuo, no estacional, por lo que la fidelidad de los clientes pasa por ampliar tanto la variedad como el volumen y continuidad. Es por ello que la mayoría de las iniciativas entrevistadas intentan aumentar la diversidad en sus producciones, tanto para ampliar las campañas de cosecha

131 Ninguna de las explotaciones analizadas supera las 5 hectáreas, en el caso de frutal, ni las 2 hectáreas cultivadas, en el caso de la huerta.

132 En este caso, se comercializa a través de una de las denominadas “distribuidoras sociales”, que se explicarán más adelante. En el análisis del caso extremeño no se ha incorporado esta categoría de análisis, pues tenía una presencia muy limitada.

como para alcanzar una oferta lo más diversificada posible a los puntos finales de consumo. Esta diversificación de las producciones incluye en algunos casos producciones no agrícolas, como pueden ser pan, huevos o conservas vegetales. Y a menudo requieren de la comercialización a través de intermediarios, especialmente, distribuidoras especializadas en el producto ecológico. En algún caso estos productores han optado por la creación de establecimientos propios a través de los que asegurar la venta de sus productos.

En el caso de la producción de frutal, el uso de canales cortos se ha vinculado con el aumento en la diversidad de variedades para poder alargar la temporada y evitar picos de producción difíciles de manejar. En el caso de la producción hortícola y/o variada, el uso de los canales cortos incita a aumentar la escala de producción y la diversidad intra e intervarietal, de cara a alcanzar un mayor volumen en la oferta de cada producto, así como a asegurar la estabilidad de la provisión al cliente final. En ambos casos se observa que, para pequeños volúmenes, el canal corto sería muy apto e incluso exclusivo (aunque insuficiente para asegurar una continuidad). Para las grandes producciones monoespecíficas el canal corto solo es un complemento que permite captar un alto valor añadido para una pequeña porción de la producción total. En el caso de las explotaciones de tamaño medio (diversificadas o no) esta estrategia híbrida ha sido altamente valorada por los productores, siempre y cuando se manejen determinados contactos y apoyo en estructuras comerciales convencionales.

En definitiva, se observa cómo las estrategias productivas influyen en las estrategias de comercialización y viceversa. El paso de un manejo convencional al ecológico, o de monoespecífico a un diseño diversificado de las fincas, conlleva la búsqueda de nuevos canales para encontrar un valor añadido que el mercado convencional no permite. De la misma forma, el aumento en el volumen de producción permite diversificar y aumentar el número de circuitos comerciales utilizados (de entre los posibles circuitos cortos): “Una de las razones de diversificar tu cultivo es esa..., poder colocarlo en canal corto” (AINF 1).

En el caso del cambio de estrategias de comercialización, el paso de un canal convencional (ya sea a través de cooperativa o de almacén mayorista) a uno especializado, como una distribuidora de alimentos ecológicos, permite planificar mejor el volumen (ya sea porque hay un mínimo exigido o asegurado) y obtener también mejores precios. Cuando el productor pasa a complementar la venta directa con la comercialización a distribuidoras especializadas, tendrá que aumentar el volumen total o de determinados productos (aquellos más solicitados o mejor pagados), homogeneizando en parte su producción. A su vez, debe estructurar de una forma distinta las cosechas, para repartirlas en el tiempo y ajustarlas a la frecuencia de los pedidos (días concretos de recogida), o empezar un proceso de agrupación con otros productores en su misma situación: “El problema que puedo tener es que lo voy vendiendo y luego me sobra, pero no para un palé, porque lo tengo escalonao... Sería bueno que hubiese más gente para llegar (juntos) a esos volúmenes...” (AMH 1).

En el caso en que el cambio sea a la inversa (de distribuidora a venta directa), la adaptación de la producción pasará por una diversificación de cultivos y variedades

para su continuidad en el tiempo, así como una planificación en función de la demanda estimada. La influencia de un canal u otro en la planificación de cultivos dependerá de la importancia relativa de dicho canal y, por lo tanto, del volumen de producción que absorba.

En algunos casos, el circuito corto es la única vía de subsistencia, por la dificultad de acceso a la tierra, infraestructuras y maquinaria para jóvenes o nuevos agricultores. En estos casos, la diversificación de cultivos (tanto en manejo convencional como ecológico) resulta imprescindible para la comercialización en circuito corto; y esta resulta mucho más accesible para los nuevos productores que los circuitos convencionales, que requieren mayores volúmenes de producción y, por lo tanto, mayores inversiones de partida. La opción de los CCC resulta especialmente apropiada en casos de emigrantes urbanos hacia el medio rural, que en general mantienen redes de contactos con las ciudades que facilitan el establecimiento de redes de distribución alternativas. El inicio de actividad en base a CCC permite además el desarrollo de estrategias de comercialización híbridas, ya que cada canal tiene sus requisitos, pero algunos son compatibles (en relación con la frecuencia de reparto, los volúmenes exigidos, la optimización de gastos de transporte de la mercancía, etcétera) entre ciertos circuitos convencionales y los alternativos.

## **Estrategias multicanal entre los productores extremeños volcados al circuito corto**

Los CCC permiten una diversificación progresiva de las formas de comercialización, que a su vez repercute no solo en el manejo productivo, sino en las capacidades del propio productor. El canal comercial es elegido porque es accesible, pero también obliga a incorporar ciertos cambios para ajustarse al nuevo formato de comercialización (tiempo para la búsqueda activa de clientes, desarrollo de habilidades sociales y de comunicación, habilidades para el manejo de tecnologías de la información, asociacionismo entre productores, etcétera). Existen canales cortos más cómodos y utilizados, sobre todo, en los inicios del proceso de experimentación en las redes alimentarias alternativas, tanto por la accesibilidad para producciones pequeñas y poco estandarizadas como por la relación de confianza y cooperación entre producción y consumo. Entre estos podemos situar los grupos de consumo o los mercadillos de productores. Otros tipos de circuito corto se van incorporando según mejoran las capacidades logísticas y comerciales del productor, como las tiendas, los restaurantes o el consumo social (comedores escolares, residencias, etcétera). En todo caso, en la muestra analizada se ha dado una media de 2,3 circuitos cortos diferentes para cada productor. Excepto aquellos productores que solo comercializan a través de grupos o cooperativas de consumo, el resto suele utilizar una combinación adaptada a sus necesidades de entre 2 y 4 canales cortos distintos, pudiendo ser alguno de ellos experimental (por el bajo volumen de venta). Otros canales se postergan por falta de una producción apropiada, hasta que esta se estabiliza, ya sea por requerimientos de volumen, variedad o estabilidad en el suministro.

**Tabla 9.3. Valoración por parte de los productores extremeños de los distintos canales cortos utilizados**

	Pie de finca	Mercadillo ecológico	Reparto a domicilio	Grupos de consumo	Pequeño comercio local	Restaurantes	Consumo social
Costes de tiempo	altos	medios	altos	medios	altos	altos	altos
Costes económicos	altos	altos	altos	bajos	bajos	bajos	altos
Facilidad de gestión del transporte	alta	alta	alta	media	alta	alta	baja
Facilidad de gestión del canal	alta	alta	alta	baja	bajo	baja	baja
Frecuencia y constancia de venta	baja	alta	alta	alta	alta	media	alta
Promoción del producto	baja	alta	baja	media	alta	baja	alta
Relación con el cliente	baja	media	baja	alta	alta	media	alta
Precio de venta	bajo	alto	alto	alto	medio	medio	bajo
Nota media del canal	3,125	4,875	4,125	3,375	4,125	3,375	4,125
% del volumen de venta	1,5	4	10	77	6	0	0,5

En la tabla 9.3 se muestran las valoraciones de los productores extremeños de los distintos canales cortos utilizados. El peso relativo de cada uno de los canales se ha obtenido a partir de las proporciones de ventas que supone cada canal en cada finca. Estos valores relativos se han ponderado en función de la superficie

total que cada explotación destina a la comercialización en circuito corto de alimentos ecológicos. A partir de esta ponderación, se han obtenido valores medios del volumen de ventas que representa cada canal en el total de superficie ecológica destinada a CCC entre los agricultores analizados. En total, la superficie destinada a CCC, declarada por los 11 titulares de los que se obtuvieron datos completos, suma el 49% de la superficie total cultivada en sus explotaciones, alcanzando un total de 13,81 hectáreas.

El canal corto más valorado por los encuestados resulta el mercadillo de productores ecológicos, con una valoración alta en la mayor parte de los distintos aspectos incluidos en la encuesta: "Mis lechugas se venden igual en el mercado de Rivas que en el de Jaraíz, pero allí las puedo vender a 1,50 y aquí a 0,90 como mucho. Allí me las compran con gusto porque lo valoran y aquí no... Prefiero gastar en transporte que vender aquí... porque aquí la competencia es por precio..., allí compran por calidad [...]. Se promociona mejor en un mercado solo ecológico que en uno convencional" (AMM 2). Sin embargo, el volumen de producto comercializado a través de este canal es reducido (4%), debido a la inexistencia en la región de mercadillos ecológicos con periodicidad más frecuente que la anual.

Seguidamente, los canales más valorados son el pequeño comercio local, el reparto a domicilio y el consumo social. De estos tres canales, el más importante en volumen de facturación es el reparto a domicilio, en rutas a menudo muy locales que reducen los costes y se desarrollan en contextos de profunda confianza. En cuanto al reparto a grandes y distantes ciudades, el grado de formación y el manejo de nuevas tecnologías por parte de los productores tradicionales suponen un limitante de peso, mientras que el arraigo en el entorno socioeconómico local favorece el uso de canales más tradicionales, como tiendas y mercadillos semanales. El reparto a domicilio ha sido valorado de forma muy positiva, a excepción de los aspectos de visibilización del producto y relación de confianza entre productor y consumidor, ya que este es un canal de venta directa individual, en el que no son necesarias estructuras asociativas y en el que el intercambio se realiza en el ámbito privado.

En cuanto al pequeño comercio (6% de las ventas totales), se ha valorado negativamente el elevado precio de venta final, los costes económicos de la distribución y la complejidad de la gestión de pedidos, cobros y repartos. Por su parte, el consumo social (comedores escolares, residencias geriátricas y otros comedores colectivos) es altamente valorado excepto en los precios a la baja marcados por el cliente y por la dificultad de adaptación de los productores a los rígidos plazos de estos establecimientos. Sin embargo, su presencia en la región es despreciable, ya que se ha registrado tan solo una experiencia piloto, que duró una semana.

El canal que de manera indiscutible absorbe mayores volúmenes de producción (77%) son los grupos y asociaciones de consumo, que en muchos casos es canal único o ampliamente mayoritario. A pesar de la existencia de 11 iniciativas de consumo asociativo en la región en el momento de realizar el trabajo de campo, la mayor parte de estas partidas se destinan a la conurbación madrileña, donde en 2010 se contaban 90 iniciativas, muchas de ellas con un tamaño mucho mayor que

las experiencias extremeñas. Sin embargo, este canal resulta poco valorado por los productores, amén de la elevada complejidad en la gestión de los pedidos y cobros y de los elevados costes económicos del transporte. En cualquier caso, resultaba muy valorada la estabilidad de esta demanda, así como los precios percibidos a través de este canal, y especialmente la recompensa simbólica que supone la alta valoración del trabajo del agricultor por parte de los consumidores, así como la relación de confianza y cooperación que se establece de forma directa e inmediata entre ambos polos de la cadena de valor.

Por último, la venta a restaurantes resulta despreciable en cuanto a la proporción de producto comercializado y, a su vez, resulta poco valorada. En general, las razones apuntadas han sido la poca sensibilidad del sector de la restauración en cuanto al producto ecológico y la dificultad en la gestión de pequeños pedidos.

## **Las estrategias de los productores en la Comunidad de Madrid**

El perfil mayoritario de las iniciativas entrevistadas en la Comunidad de Madrid muestra una escasa vinculación con el sector agrario convencional tradicional, que, por otro lado, prácticamente ha desaparecido en las últimas décadas y actualmente es muy reducido (0,7% de la población activa agraria). La Comunidad de Madrid ha sufrido una fuerte desagrarización, que ha tenido como consecuencia que no existan horticultores ecológicos que provengan de la agricultura convencional. Se trata, por lo tanto, de un sector nuevo e incipiente (son muy pocas las explotaciones ecológicas con más de 10 años de existencia), que constituye la primera generación de la agricultura ecológica en la Comunidad de Madrid.

En la mayoría de los casos tenemos superficies de cultivo limitadas, que no llegan a generar ingresos suficientes como para mantener un puesto de trabajo completo. Es un grupo de personas con alto nivel educativo, que busca de manera consciente y por decisión personal una alternativa laboral y de vida en la actividad agraria. El tamaño medio de las fincas es el doble de la superficie de cultivo, lo que muestra incapacidad para comercializar la totalidad del producto, especialmente en los proyectos más recientes, con estrategias de comercialización aún en construcción.

Es importante destacar la importancia del apoyo institucional en la aparición de nuevas iniciativas de este tipo, como es el caso del programa de Agroecología del Ayuntamiento de Rivas-Vaciamadrid, que ofrece tierras certificadas en ecológico e infraestructura de riego a precios de alquiler muy bajos. Por otro lado, resulta reseñable la presencia del modelo de “cooperativas agroecológicas” integrales, que reúnen producción y consumo en una misma entidad y que han tenido un desarrollo significativo en la región desde el año 2000. Estas estructuras han dinamizado el surgimiento de nuevos proyectos que, partiendo de su misma filosofía, están también jugando un rol importante en el sector ecológico de Madrid, demostrando que otras formas de consumir y relacionarse son posibles.

En la mayoría de los casos la estrategia es multicanal, ya que, aunque exista un canal principal, se hace uso de otros canales para completar las ventas, llegando a

alcanzar una media de 2,8 canales utilizados en cada explotación y el 76% de las explotaciones que utilizan más de un circuito corto. En los proyectos más antiguos se detecta cierta tendencia conservadora hacia comercializar a través de los canales que les parecen más cómodos, ya que eliminan las relaciones con el cliente final (especialmente, pequeño comercio especializado). Estas estrategias son dinámicas y seguramente evolucionen con el tiempo, sobre todo en los proyectos más jóvenes, que aún se están asentando.

La mayoría de los proyectos antiguos han tenido una vinculación más estrecha con redes sociales implicadas en la construcción de modelos alimentarios alternativos o una trayectoria en la economía social. Como consecuencia, han escogido formas de comercialización vinculadas a los grupos de consumo. Para la mayoría de estos proyectos es más fácil acceder a estos circuitos comerciales, porque existen contactos y están más familiarizados con las dinámicas de ese entorno. Estos proyectos han generado vínculos con grupos de consumo muy organizados y con mucha trayectoria.

En los últimos tres años han surgido muchos proyectos nuevos, con diversidad de motivaciones, que van desde la generación de trabajo para personas con diversidad funcional hasta el autoempleo. Estas nuevas experiencias no siempre están articuladas con los movimientos sociales y, por lo tanto, sus estrategias de comercialización están vinculadas a circuitos en los que pueden tener más facilidad para vender su producto aprovechando sus redes personales, tales como el reparto en finca y a domicilio.

**Tabla 9.4. Valoración por parte de los productores madrileños de los distintos canales cortos utilizados**

	Grupos de consumo	Ferías	Restauración	Venta directa en finca	Tiendas	Venta online	Distribuidoras	Cooperativas de distribución	Venta directa a particulares	Venta en tienda propia
Costes de tiempo	2,5	3,5	3,5	2	4	4,5	4	4,25	2	2,5
Costes económicos	3	3	4,5	4	3,5	3	2	4,5	2	2,5
Facilidad de gestión del transporte	3	4	4	5	4	1,5	4,5	4,5	2	4
Facilidad de gestión del canal	3	4	3,5	5	3	3,5	4,5	3,5	2	3,5
Frecuencia y constancia de la venta	4	4	3	2	4	2,5	4	3,5	3	2,5
Promoción del producto	4	4	2,5	3	3	4	2	3,5	4	4,5
Relación con el cliente	4	3,5	4	5	3	4	1,5	2,5	4	2,5
% del volumen de venta	33,5	11,5	2,6	0,8	22,9	4,9	1,7	0,3	20,5	1,2
Precio/Kg de tomate	2,2	2,25	1,8	1,8	1,75	2,9	2,08	2,14	2,3	2,45
Nota media del canal	3,35	3,71	3,57	3,71	3,5	3,28	3,21	3,75	2,71	3,14

En la tabla 9.4 se han recogido las valoraciones medias asignadas a los distintos canales por los productores encuestados en la Comunidad de Madrid. Tan solo se han incluido los valores relativos a las 16 encuestas en que se utilizaba más de un canal corto. Cabe resaltar que, en este caso, la totalidad de la producción hortofrutícola ecológica se comercializa como tal, percibiendo, por lo tanto, los precios premio correspondientes. A su vez, el porcentaje de producto comercializado a través de canales largos ha resultado ser tan solo del 5%, que se comercializa a través de distribuidoras especializadas en producto ecológico. El total de la superficie comercializada como ecológica, incluyendo CCC y distribuidora, es de 49 hectáreas.

En la tabla aparece una nueva categoría de CCC (“distribuidoras sociales”) que no existían o no resultaban relevantes en el ámbito de la Comunidad de Extremadura. Entendemos por distribuidoras sociales aquellas entidades que intermedian entre producción y consumo para concentrar la oferta en el origen o el destino de las producciones, desde una vinculación asociativa con ambos eslabones de la cadena productiva; que se basan en criterios de justicia social y transparencia en cuanto a precios, márgenes y conocimiento entre los distintos eslabones, y que se centran en la distribución a grupos de consumo u otras redes alimentarias alternativas. A pesar de que el volumen de ventas no es importante en este canal, se ha considerado de interés su inclusión en el estudio, ya que supone una categoría emergente que se expande con cierta velocidad. A su vez, se ha eliminado del análisis la categoría de “consumo social”, ya que no existen experiencias de este tipo en la región.

Los CCC son la principal vía de comercialización para los horticultores ecológicos de Madrid, y son los grupos de consumo los que tienen el mayor porcentaje de ventas, seguidos de las tiendas y de la venta directa a particulares. De ahí que muchos productores consideren que los grupos de consumo han sido muy importantes en la dinamización del consumo ecológico en Madrid. Observando la tabla 5 podemos ver cómo el canal mejor valorado es el menos usado (las distribuidoras sociales) y el peor valorado es el segundo más usado (la venta directa a particulares).

Las distribuidoras sociales son un modelo de distribución innovador vinculado exclusivamente con el mercado de alimentos ecológicos. Surgen de la confluencia entre la agroecología y los proyectos de economía social vinculada al cooperativismo. La propuesta es generar un nuevo concepto de intermediación, que pretende optimizar las distintas estrategias de comercialización de los productores y las necesidades de los consumidores. Por un lado, facilitan el acceso al alimento local y ecológico a consumidores con mayor dificultad para participar de circuitos cortos que requieren cierta implicación personal, como los grupos y asociaciones de consumo, ya que no exigen procesos de autoorganización en el consumo. Por otro lado, concentran físicamente la demanda en puntos colectivos de reparto que abaratan los costes de distribución respecto al reparto individual a domicilio, de forma análoga al formato de grupos y asociaciones de consumo. Este canal está muy valorado por los productores debido a la simplificación que supone delegar las labores comerciales y la concentración de la demanda en destino, así como por la relación de confianza y cooperación que se establece entre productor y distribuidor. El alza de los costes que supone la intermediación está limitando el

desarrollo de estas iniciativas, que está resultando más lento que en otros países de nuestro entorno, como Francia.

A continuación, los canales más valorados son los de venta directa en finca y en mercadillo de productores, con igual nota media. Ambos canales absorben volúmenes muy diversos, mostrando las ferias un gran peso en las ventas totales, mientras que la venta a pie de finca muestra valores casi despreciables, que a su vez se concentran en dos de las iniciativas de producción encuestadas. A su vez, los beneficios e inconvenientes de cada canal son divergentes. Por un lado, en la venta a pie de finca se acusa la mayor dedicación en tiempo requerida, y la inconstancia e inestabilidad de las ventas, mientras que se valora muy positivamente la relación de confianza y el potencial de sensibilización hacia el consumo, así como la eliminación del transporte y de la gestión de cobros y pedidos. Por contra, en las ferias y mercadillos se acusan los costes que suponen los desplazamientos y los costes de tiempo que estos acarrearán, mientras que se valora la difusión del producto y la consiguiente captación de clientes, así como la estabilidad y frecuencia en las ventas. A su vez, en este último canal se consiguen altos precios por el producto.

Se valoran positivamente canales con intermediarios, como la venta a través de pequeño comercio y la venta a restaurantes, de los cuales el primero de ellos resulta el segundo canal en volumen de ventas totales (22,90%) y el segundo, muy poco significativo. En el pequeño comercio se aprecia el volumen y la frecuencia de la demanda, que facilita una gestión más sencilla y estructurada de los repartos, pedidos y cobros. Se pierde, sin embargo, relación con el cliente final, y se acusan problemas en la valoración del producto por parte del comerciante, además de una mayor presión sobre el precio en origen. Respecto a los restaurantes, el principal valor es la relación directa con el propio establecimiento y la sencillez de la gestión de repartos, cobros y pedidos, mientras que se considera que los establecimientos no valoran ni promocionan adecuadamente el producto y que presionan a la baja sobre los precios en origen. Dos productores han puesto en marcha tiendas propias que, sin embargo, absorben de momento un escaso volumen de producción y son escasamente valoradas: “Lo peor..., horarios amplios, gestión compleja y gastos fijo” (F13); “La gestión y el gasto fijo” (F16).

El canal que absorbe un mayor volumen de ventas son los grupos y asociaciones de consumo (33,52%), que, sin embargo, obtienen una escasa valoración respecto a otros canales. En general, se valora de forma muy negativa los altos requerimientos en tiempo y en transporte para la gestión de pedidos y distribución: “Hay que ser muy organizado y yo no lo soy” (F2); “Hay que estar muy atento a las particularidades” (F4); “(Es una) comunicación compleja porque suele cambiar la persona interlocutora” (F7). Sin embargo, se valora de forma positiva la relación con el cliente, el precio percibido y el papel que representan estas iniciativas en la expansión del consumo interno (López, 2011): “Se involucran mucho” (F2) y “Se generan vínculos personales” (F6).

Por último, resultan escasamente valoradas fórmulas de comercialización individual, como son las ventas *online* y el reparto a domicilio, que resultan

extremadamente costosas en cuanto a gestión de pedidos y transporte, y que no generan relaciones satisfactorias entre producción y consumo. En el primer caso se simplifica la gestión de pedidos y se alcanzan los mayores precios en origen, aunque los elevados costes de distribución encarecen el producto y limitan el desarrollo del canal. El segundo caso absorbe más del 20% de las ventas totales y permite una relación más satisfactoria con el cliente. Sin embargo, entraña una elevada complejidad y costes en la distribución y la gestión de pedidos.

## **Conclusiones. Estrategias diversas y tendencias asociativas en un panorama en rápida evolución**

Resulta destacable la generalización de las estrategias multicanal en los dos contextos, con una media de 2,55 en el total de la muestra, siendo un 2,3 en Extremadura y 2,8 en Madrid, a pesar de que en ambos territorios hay una proporción importante de las explotaciones que superan los 4 canales cortos. Estas estrategias son dinámicas y seguramente evolucionen con el tiempo, sobre todo en los proyectos más jóvenes, que aún se están asentando. En los proyectos más antiguos se detecta cierta tendencia conservadora a limitarse a un número reducido de canales que se ajustan bien al perfil y condiciones de la iniciativa.

Como ponen de relieve los datos expuestos, cada distinto tipo de canal corto analizado ofrece unos beneficios y problemáticas definidos y diferentes; y los productores tratan de establecer sus propias combinaciones en función de su contexto territorial y de la naturaleza de su explotación. La mayor parte de los productores combinan los grupos de consumo con las ferias y mercadillos, especialmente aquellos pequeños productores con fincas diversificadas y especialmente en el entorno urbano. La complementación entre estos dos canales se realiza por dos razones principales: el parón estival en los grupos de consumo se compensa con la multiplicación de ferias en los meses de verano; y los elevados costes económicos y en tiempo de los mercadillos se compensan con los contactos que se establecen en estos eventos, que son recogidos en forma de nuevos clientes cotidianos en canales como la venta a pie de finca, el reparto a domicilio y, especialmente, la creación de nuevos grupos de consumo. Los productores han valorado muy positivamente, además, el establecimiento de redes entre productores y el refuerzo personal que suponen los mercadillos y ferias como espacio de encuentro entre productores.

Los grupos y asociaciones de consumo son, con mucho, el canal corto más utilizado en amplios territorios. Sin embargo, este supone un canal que presenta numerosas problemáticas en opinión de los productores. Este modelo requiere de un trabajo importante en cuanto a la gestión de pedidos y cobros, y en la preparación de los envíos, que a veces no se compensa con el volumen de cada envío. El alto requerimiento en tiempo y energía de cara a mantener relaciones de confianza y cooperación entre producción y consumo se compensa con una alta valoración,

por parte del consumo, hacia quien produce. Sin embargo, los productores han manifestado preferencias claras por canales con mayores volúmenes y con requerimientos de gestión más sencillos.

En este sentido, en la Comunidad de Madrid se ha valorado, por encima de cualquier otro canal, modelos de distribución a través de intermediarios para la concentración de la oferta en destino. Las denominadas “distribuidoras sociales” suponen una fórmula emergente que, en este sentido, permitiría algunos de los elementos más positivos de la fórmula de grupos de consumo (optimización de la distribución final, transparencia y construcción de confianza), a la vez que aligeran la carga de trabajo de gestión para los productores.

La escasa valoración que reciben las ventas *online* debe ser puesta en cuestión. Una gran proporción de las experiencias analizadas se apoya en herramientas *online* para la comercialización de sus productos, a pesar de que muy pocas ventas se consuman por medio de pasarelas de pago u otros sistemas de pago *online*. En este sentido, se multiplican los blogs y páginas web que articulan la relación y construyen confianza entre producción y consumo para mercadillos, restaurantes, pequeño comercio, venta a pie de finca y ventas *online*. Y la práctica totalidad de los grupos de consumo se apoyan también en herramientas *online* para gestionar pedidos entre producción y consumo. Por último, cada vez están disponibles más herramientas web que ponen en contacto producción y consumo, ya sea de forma gratuita o mediante alquiler de espacios web, y para formatos de consumo colectivo o individual. Sin embargo, el reparto a domicilio ha sido poco valorado en el contexto madrileño, ya que las grandes distancias recorridas y la dificultad para el transporte en un área metropolitana dificultan y encarecen la distribución.

Un aspecto sorprendente revelado por el estudio es la escasa presencia de producto ecológico en restaurantes y pequeño comercio tradicional, en ambos territorios, a pesar de que este último, en el caso extremeño, es el tercer canal que más volumen absorbe. Mientras que diversos estudios señalan estas dos vías de comercialización como un espacio relevante para la visibilización del producto ecológico<sup>133</sup>, los agricultores entrevistados han expresado frustración generalizada acerca de la escasa promoción y aprecio de esos establecimientos hacia el producto local y ecológico. Resulta significativo, a su vez, la limitada presencia de iniciativas de consumo social y compra pública, frente a otras regiones (especialmente Andalucía, Euskadi y Catalunya) en las que estas iniciativas han recibido un mayor apoyo<sup>134</sup>. La falta de apoyo institucional define directamente, en este caso, el desarrollo o no de estos canales específicos de comercialización. Esta situación indica a su vez, de forma indirecta, la debilidad del sector ecológico en ambos territorios, al menos en cuanto a su capacidad de incidencia política en el contexto regional.

Los CCC han experimentado un crecimiento exponencial en la Comunidad de Madrid en los últimos años, pero se pueden observar signos de debilidad en cuanto a la capacidad organizativa y la gestión de la distribución. Si existe una

133 Véase Fadón y López (2012); Calatrava (2012).

134 Véase Amigos de la Tierra (2012).

gran demanda y una escasa producción, ¿por qué la mayoría de los horticultores ecológicos de la Comunidad de Madrid entrevistados han expresado dificultad para sacar al mercado sus productos? La demanda de productos hortícolas de los CCC madrileños no se cubre con las producciones locales, debido a una carencia en los mecanismos de visibilización de la oferta, y especialmente por un escaso desarrollo de estructuras y mecanismos de estructuración de la oferta en origen, que impide al consumo acceder a una oferta variada y estable a través de un número de proveedores reducido. Por ello, las distintas formas de concentración de la demanda en destino están prefiriendo, en muchos casos, dirigirse a distribuidoras especializadas en el mercado interior ecológico, capaces de solventar estos cuellos de botella mediante sistemas de distribución muy sencillos para el consumidor final.

En el contexto extremeño, en los últimos años se ha congelado el crecimiento en superficie ecológica certificada, especialmente en el cultivo de olivar y pastos. Sin embargo, las experiencias hortofrutícolas volcadas en CCC son cada vez más numerosas y, sin embargo, muestran grandes problemas para comercializar su producción. Los principales limitantes en este sentido son la dispersión territorial y la reducida densidad de población, la muy limitada demanda interior regional y los elevados volúmenes de producciones monoespecíficas que se generan en las fincas que han iniciado el proceso de conversión al cultivo ecológico. La necesidad de buscar mercados extrarregionales (principalmente, Madrid y las capitales andaluzas) se topa con los requerimientos de los incipientes tejidos urbanos de CCC en cuanto a diversidad y estabilidad temporal en el suministro, muy difícil de conseguir para explotaciones aisladas.

Los dos territorios en los que se ha desarrollado el trabajo de campo presentan situaciones casi opuestas en cuanto a concentración de población y de producciones agrarias y que, a su vez, resultan complementarias. Extremadura es productora agraria neta y la tercera comunidad autónoma en superficie ecológica certificada hasta 2012, y Madrid es consumidora agraria neta. Por ello, mientras que la práctica totalidad de las producciones madrileñas se comercializaban en circuito corto, las explotaciones encuestadas en Extremadura comercializan tan solo una media del 45% de sus producciones a través de circuito corto, si bien este porcentaje se reduce en gran medida en las explotaciones más grandes y veteranas, a menudo centradas en producciones menos diversificadas. La mayor concentración de población con elevado nivel cultural en esta región puede incidir en esta dinámica, ya que es este segmento de población el principal demandante de alimentos ecológicos<sup>135</sup>, y en una región eminentemente urbana resulta más difícil acceder directamente a los productores. Sin embargo, el mayor peso relativo de explotaciones profesionales en transición hacia modelos agroecológicos hace que los modelos más convencionales (producciones relativamente grandes, poco variadas y enfocadas a canales largos) aún tengan una presencia muy importante. A partir de la comparación de los resultados obtenidos en cada territorio, podemos detectar diferencias en la valoración que hacen los productores de los distintos canales.

---

135 MARM (2011), *op. cit.*

La mayor densidad de población en la Comunidad de Madrid y la mayor demanda relativa de alimentos ecológicos permiten la existencia de canales más variados y un mayor reparto de las cotas de mercado por cada canal. Los grupos de consumo suponen en ambos casos el principal canal corto, en cuanto a volumen de ventas. Sin embargo, reciben una valoración mucho más alta en Extremadura que en Madrid. Hay que tener en cuenta que el consumo de productos ecológicos en Extremadura es todavía incipiente y el poco consumo organizado que existe tiene un fuerte compromiso con los productores. En cambio los mercadillos y ferias tienen mayor incidencia en Madrid, ya que la alta concentración de población que existe en esta comunidad permite que este tipo de eventos tengan gran afluencia de público y supongan un éxito para los productores. En Extremadura el territorio está más fragmentado a nivel poblacional y estos eventos son todavía incipientes, con una frecuencia anual y un carácter demostrativo en todos los casos. De hecho, la mayor parte de las ventas en mercadillos de los productores extremeños se realiza en eventos del ámbito territorial madrileño.

Ambas situaciones señalan una fuerte necesidad, en los dos territorios, de crear estructuras asociativas en origen para la concentración de la oferta. Estas estructuras deben responder a las condiciones de dispersión, inestabilidad y reducidos volúmenes que muestra la demanda interior de alimentos ecológicos, y especialmente los CCC. Para ello las estructuras cooperativas tradicionales resultan inadecuadas, al estar centradas en producciones monoespecíficas para grandes clientes, ya sea a través de los canales de comercialización tradicional o moderno. Por lo tanto, en distintas comunidades autónomas (sobre todo, en el arco mediterráneo y en Euskadi) se están creando nuevas estructuras asociativas en origen para la comercialización, específicas para el mercado interior ecológico a través de CCC. Estas nuevas estructuras deben adoptar estructuras flexibles capaces de sobrevivir en un mercado inestable y cambiante. Para ello minimizan las inversiones y gastos fijos colectivos, y combinan las vías comerciales individuales con las colectivas.

Algunos CCC, como los mercados de productores, empiezan a contar con cierto apoyo institucional, alcanzando así una proyección relevante en ciudades de tamaño medio y grande del contexto estudiado. Sin embargo, otros CCC tienen que abrirse camino y desarrollarse dentro de lógicas voluntaristas y de autoorganización, y no siempre los ritmos de implantación se corresponden con las necesidades de los actores involucrados. Un reforzamiento en el apoyo público a este tipo de iniciativas, por medio de acciones de información y promoción hacia el consumo, resultaría clave, así como en el acceso a infraestructuras logísticas y el apoyo a la coordinación de los productores en origen. Sin embargo, otras acciones de coste cero, como el desarrollo de las excepciones al Paquete Higiénico Sanitario para la comercialización en el ámbito local, resultarían quizá de mayor ayuda. Una adecuada formación de técnicos de la administración sanitaria y de los propios productores, de cara la correcta aplicación de las normativas sanitarias y de trazabilidad a las pequeñas producciones que circulan en contextos locales, también supondría un importante apoyo en el desarrollo de estos nuevos mercados.

La optimización de los distintos CCC y la posibilidad de responder a la demanda de variedad y cantidad de productos demandados por el consumo es una cuestión a la que, tarde o temprano, tendrá que enfrentarse el sector. De hecho, ya existen ejemplos entre los productores hortícolas ecológicos de este modelo, como es el caso de la Cooperativa Crysopa o la asociación Verdevera, en Extremadura, o de Ecosecha y El Fresnedal, en la Comunidad de Madrid. Su incipiente desarrollo hace necesario un seguimiento de este tipo de estructuras en los próximos años, en los que se espera un fuerte desarrollo del mercado interior ecológico.

En todo caso, se hace necesario profundizar en el análisis de las estrategias de comercialización en circuito corto para otros subsectores agroalimentarios, de forma que se facilite la articulación entre producción y consumo para el conjunto de la cesta de la compra. Asimismo, resultaría de interés el complemento de los estudios cualitativos con la obtención de datos cuantitativos acerca de la economía de este tipo de fórmulas comerciales. Un mayor conocimiento de los flujos económicos –físicos y monetarios– implicados en este tipo de sistemas de circulación de los alimentos ayudaría a estimar con mayor rigor su aportación al desarrollo rural y a la sostenibilidad del sistema agroalimentario.

## **10 Estrategias de cierre de ciclos y control de la cadena productiva para mantener la rentabilidad de pequeñas fincas de ganado ecológico**<sup>136</sup>

Cada vez más ganaderos ecológicos eligen agruparse para vender directamente la carne de vacuno y que el consumidor pueda valorar la calidad del alimento. La venta directa requiere reorientar el manejo agrario, de manera que agricultura y ganadería vuelvan a estar de la mano y se puedan cerrar ciclos ecológicos en la finca. Los terneros permanecen cuidados y alimentados en la propia finca por las madres y luego con forraje y grano ecológico, con todo el respeto y garantías hasta el último momento. Luego viene el seguimiento en matadero y salas de despiece y, finalmente, la comercialización. Hablamos con miembros de cuatro cooperativas de ganadería ecológica, de distintas autonomías, para que nos expliquen cómo han organizado este cambio en su modelo de manejo ganadero.

El ganado vacuno ecológico suponía en 2010 solo el 1,6% de la ganadería de vacuno en el Estado español. Pero generaba el 6% de los ingresos, ya que se vende a mayores precios, y sumaba el 19% de las ventas totales de alimentos ecológicos. Sin embargo, solo el 33% de los productos procedentes de la ganadería bovina ecológica se vendió como tal. La mayor parte todavía se vendió como convencional. Para el ganado ovino, que supone el 27% de las granjas ecológicas, los números son aún peores.

Normalmente, las granjas ecológicas venden los terneros vivos, antes de cebar, a cebaderos convencionales, donde a base de piensos convencionales se logran unos ejemplares que pueden superar los 400 kilos. Si el pienso de engorde que se les da fuera alimento ecológico, el coste económico difícilmente podría ser asumido por el ganadero. A esto se suma que la comercialización es complicada: es muy difícil vender animales enteros, lo que se llama canales (una vez sacrificado el ternero,

---

136 El presente capítulo se ha basado en otro publicado originalmente por el autor en 2012, en el número 49 de la revista *La Fertilidad de la Tierra*. El título original fue: "Circuitos Cortos de Comercialización para el vacuno ecológico".

desollado y sin vísceras). Las subvenciones a los pastos ecológicos alivian un poco esta diferencia de manejo en ecológico. Pero si consideramos que tan solo el 15% de la carne fresca convencional en el Estado español se comercializa a través de grandes superficies, donde se comercializa el 90% del total de alimentos, vemos que hay grandes posibilidades para el desarrollo de la comercialización en canal corto de la carne ecológica.

### **Dificultades para la ganadería ecológica de vacuno**

De cara a la expansión de la ganadería ecológica, la primera dificultad que nos encontramos es la obligación que impone el reglamento de pastar en un territorio íntegramente certificado. Esta obligación dificulta dar el paso a ecológico en los muchos casos en los que se utilizan pastos arrendados, ya sean privados, comunales o públicos. Después nos encontramos con el alto precio de los piensos ecológicos, necesarios para alcanzar los tamaños estándar de 350 kilos de canal que se exigen a partir de 12 meses por parte de los intermediarios o las grandes superficies. Además, cuando los ganaderos quieren comercializar su producto directamente al consumo final, se encuentran con la falta de mataderos ecológicos certificados en su zona: hay muy pocos en el Estado español; y otro tanto ocurre en cuanto a salas de despiece. Y por último, la dificultad de distribuir animales enteros, sacrificados y preparados en canal; ya que el consumo ecológico a través de circuitos cortos se realiza en pequeños pedidos muy dispersos. Todo ello hace que solo un tercio de los terneros ecológicos sacrificados en el Estado español se comercialicen como tales; que el consumidor no tenga acceso a carne de calidad; y que la granja ganadera ecológica no reciba el precio que corresponde a la calidad de la carne y la sostenibilidad en las formas de manejo.

No es de extrañar que cada vez más ganaderos se pongan a vender la carne de sus terneros directamente, agrupados en cooperativas que permiten concentrar recursos, diversificar los espacios de venta, y asegurarse el control sobre la cadena de valor del alimento. Como nos comenta Francisco Fernández, gerente de la cooperativa ARCO Cantabria, “es la única alternativa real que nos queda para salir de la crisis del campo. Es otro camino”. Hemos hablado con cuatro ganaderías, las recogidas en la tabla 10.1, de muy distintas regiones. Son tan solo una muestra de las que están apostando por la comercialización sin intermediarios, transformando el modelo completo de manejo hacia la autonomía y el control del producto por parte de los ganaderos y ganaderas, desde el campo hasta la mesa.

**Tabla 10.1. Características de las cooperativas de ganadería ecológica entrevistadas**

Cooperativa	Ambito territorial	Año creación	Nº socios	Nº cabezas (madres)	Razas ganaderas
Ganadec	Extremadura	1994	16	Vacuno: 3.500	Vacuno: avileña, berrenda en negro, blanca extremeña
Cobiosur	Jaén	2006	13	Vacuno: 250 Ovino: 4.500 Caprino: 150	Vacuno: berrenda en negro, berrenda en rojo. Ovino: segureña. Caprino: negra serrana, blanca andaluza
Bioastur	Oriente asturiano	2008	21	Vacuno: 1.100	Vacuno: asturiana de las montañas y asturiana de los valles
Arco cantabria	Cantabria	2009	31	Vacuno: 850	Vacuno: tudanca, asturiana de los valles, asturiana de las montañas

Los modelos de manejo que están desarrollando pasan por ciertas claves muy similares. Tienen razas ganaderas autóctonas, que son más rústicas y están mejor adaptadas a cada terreno. Las razas autóctonas aprovechan mejor los pastos y requieren menos grano, con lo que permiten reducir costes echando mano de los propios recursos de la granja y reducir al mínimo lo que tienen que adquirir fuera. Están reconsiderando los criterios de calidad de la carne, van a un control directo de los distintos pasos de la cadena de producción y se proponen llevar el producto final directamente hasta el consumidor.

### **Alimentación, razas autóctonas y ritmos biológicos**

Enrique Vega está integrado en Ganadec, cooperativa que agrupa a 16 ganaderos ecológicos de Extremadura para comercializar carne a grandes superficies, aunque Enrique comercializa ya buena parte de su producción directamente a grupos de consumo. Nos explica cómo los criterios de calidad de intermediarios y grandes superficies condicionan en gran medida las formas de manejo, alejándose de modelos agroecológicos: “El Corte Inglés te exige animales de 500 kilos en vivo, en 12 meses, como en convencional. Pero esto requiere un cebadero puro y duro. Aparte de que no es ecológico, tampoco es lógico, ya que se disparan los costes”.

Enrique trata de aplicar otras lógicas en las partidas que logra vender directamente: “Para poder mandar en tu producto tienes que llegar hasta el final, porque el que te compra la canal va a ser quien te dice qué canal quiere. Cuando tú lo que comercializas es carne, como hago yo, lo primero que eliges es la raza, y yo elijo raza autóctona porque es muy buena para el productor: comen menos, están más adaptadas a las posibilidades de la finca y te permiten independizarte del pienso”.

En este sentido, todas estas iniciativas basan sus rebaños en madres de razas autóctonas, como veíamos en la tabla anterior, que en algunos casos se cruzan con razas foráneas más productivas.

Las cuatro iniciativas aquí presentadas están reduciendo el tiempo de cebo y sacrifican animales un poquito más jóvenes y con menos peso (entre 150 y 250 kilos/canal, en función de las razas); a excepción de Enrique Vega, que los lleva hasta los 250-280 kilos en 18 meses, siempre en campo. Y esto para que no haya necesidad de llevarlos a cebadero, como se hace en la ganadería convencional, apartados, estabulados y comiendo pienso a base de soja transgénica. Antonio Gómez, ganadero y gerente de Cobiosur, nos explica que “cebar en ecológico es imposible, por un problema de espacio, y por el tiempo máximo que puede estar en cebo”. En los últimos meses de crianza, tras la lactancia, en estas fincas se les suministra algo de pienso y forrajes en campo, mientras se alimentan del pasto. Y se sacrifican los terneros con 10-14 meses, según el pasto disponible en cada estación, ya que “pasado este momento, lo que hacen para ganar kilos es disparar las cantidades de pienso necesarias”. En ecológico se alcanza una buena conformación de la carne de forma más lógica y natural, sin recurrir de forma intensiva al cebado con piensos: “Al cebadero llegan con una salud orgánica muy buena. Pero es como si a un atleta que está en plena forma le dopas para la competición, ahí se ha roto todo lo natural”, nos comenta Eloy Rozada, ganadero y secretario de Bioastur.

El manejo en ecológico genera una calidad de la carne muy diferente, una calidad que a veces no se sabe apreciar. Incluso puede resultar algo confuso para quien está habituado a un consumo convencional, como nos comenta Enrique Vega: “Cuando un ama de casa va a la carnicería y se encuentra una carne muy roja, con grasa amarilla, piensa: ‘¡Vaya, esto lleva aquí tres meses!’”, aunque el carnicero le diga que esa carne es excelente. Pero si no la prueba, no sabrá que la otra carne, la de grasa blanca y color rosáceo es así por el pienso y la paja”; esas son carnes convencionales que se adaptan mejor a los requerimientos de la industria de transformación cárnica. Mientras tanto, diversos estudios están demostrando que las carnes producidas con menos pienso y más pastar en el campo alcanzan una calidad superior. Especialmente en cuanto a los ácidos grasos insaturados y determinadas formas de proteína, las que determinan el “flavor” (capacidad para estimular el gusto y el olfato) de la carne y potencian su sabor, como el denominado sabor “umami”, de mayor profundidad.

## **Cierre de ciclos y control de la cadena alimentaria**

En general, los piensos ecológicos resultan caros y difíciles de encontrar, ya que muy pocas casas los elaboran. Por eso algunas de estas cooperativas contactan con productores cercanos de grano para elaborar ellos mismos mezclas apropiadas de cereales (cebada u otros) con leguminosas, especialmente guisante y veza, todas de cultivo ecológico. También se está experimentando con otras leguminosas

tradicionales como la algarroba (una especie tradicional de leguminosa herbácea anual). Para suministrar piensos, Ganadec se ha hecho cargo de la única fábrica de pienso de Extremadura, y Cobiosur ha establecido un convenio con una fábrica local de piensos que estaba cerrada y ahora gestiona toda su producción, definiendo formulaciones adecuadas a sus formas de manejo.

Como nos cuenta Antonio: “En nuestra fábrica no entra nada de soja, que en ecológico es muy cara, y luego tienes que andar con analíticas por los OGM. Lo mismo con el maíz, que ha dado problemas por contaminación por OGM. Sustituyendo maíz y soja, con razas ganaderas locales y con una buena elección del momento en que sacrificas al animal, consigues buenos resultados. Hay que tener claro que la producción en ecológico baja, por los piensos y porque están en el campo y gastan más energía. Los números son otros, y por eso la carne tiene que valer un poquito más”.

Una vez que el ternero se encuentra preparado para el sacrificio, llega el siguiente problema, la escasez de mataderos autorizados para operar en ecológico. Por lo general, la certificación de un matadero no requiere más que asegurar que la sala está limpia –con productos permitidos– y tener separada una parte de la sala de maduración de la carne, lo cual no requiere de inversiones adicionales. Estas iniciativas han tenido que convencer a los responsables de mataderos locales para que abran una línea en ecológico. Han conseguido que un día a la semana lo abriesen para el ganado ecológico, generalmente a primera hora de la mañana. Y en algunos casos han tenido que asumir el sobrecoste de la certificación o pagar precios mayores que los usuarios convencionales.

El siguiente paso es el despiece, y ahí las soluciones varían entre aquellas iniciativas que han encontrado el apoyo de salas de despiece cercanas (Cobiosur y Bioastur), y otras que han optado por crear sus propias salas de despiece, como ARCO-Cantabria. Ya que “contratar el despiece aumentaba mucho los costes por kilo. Además, así podemos despachar al público como si fuese una carnicería y preparar ciertos productos, como carne picada, hamburguesas y otros, que nos permiten ganar más valor añadido por la carne”. Todas las iniciativas insisten en la importancia de obtener producto final para llevarlo directamente al consumidor, y siempre manteniendo el control en la cadena completa de elaboración del alimento.

Por último, el envasado. Normalmente, el producto final envasado al vacío se lleva al consumidor directamente desde la sala de despiece, por medio de empresas de transporte con servicio refrigerado. En algunos casos el transporte a grupos de consumo está dando problemas, porque el veterinario de zona exige que la carne pase por una carnicería, lo cual no se exige en la normativa. Una traba burocrática más.

**Tabla 10.2. Circuitos comerciales de las distintas iniciativas encuestadas**

	Grupos de consumo	Restaurantes	Reparto a domicilio/ pedido online	Tienda propia	Tienda especializada	Catering ecológico	Grandes superficies (eco)	Mayorista (eco)	Venta como convencional
Bioastur			36%		24%			50%	0%
Ganadec	33%						66%		25%
Cobiosur	30%	5%	60%			5%			45%
ARCO-Cantabria	25%	25%	10%	40%					25%
Valores medios	22%	7,50%	24%	6%	10%	1,25%	16,75%	12,50%	23,75%

\*Los porcentajes de los circuitos ecológicos se han calculado respecto al total comercializado en ecológico, y descontando la proporción comercializada como convencional.

## Complementar formas de comercialización

Las iniciativas de venta en cooperativa aquí estudiadas todavía no alcanzan a comercializar toda su carne como ecológica, y dejan a cada socio que comercialice por su cuenta lo que la cooperativa no se puede comprometer a vender. “Hacemos un calendario de sacrificios cada temporada, y nos comprometemos a vender un número determinado de becerros de cada socio. Adecuamos la oferta a la demanda”, como nos comenta Francisco, de ARCO-Cantabria. Pero al menos logran superar con creces la media del 33% que se da en el sector de vacuno ecológico, como veíamos en la tabla de circuitos comerciales (tabla 10.2). Y están consiguiendo precios para el ganadero en torno a los 5 euros por kilo netos, mientras que en convencional rondan los 3,80 euros por kilo, a la vez que los precios de venta al público son similares a los de carnes convencionales de calidad similar. Todas estas iniciativas tienen claro que “la idea es vender al consumidor directamente, pero cuando no llegas, tienes que ir a restauración y carnicerías; y si no hay más salida, pues tienes que recurrir a mayoristas, que a veces te lo compran a precio por debajo de coste”, nos dice Eloy Rozada, de Bioastur.

Tratan de evitar la comercialización en grandes superficies, ya que como nos explica Francisco (ARCO-Cantabria), eso sería “repetir los pecados y las miserias de la producción convencional. En mi opinión personal jamás voy a ir a

las grandes superficies". Para Antonio, de la cooperativa Cobiosur, "al principio somos muy amigos, pero después aprietan y aprietan y te dejan tirado. Además, yo creo que las grandes superficies no son el lugar del ecológico. Tampoco queremos exportar, porque el gasto en transporte no sería ecológico, y para ello tendríamos que congelar la carne, lo cual reduce el precio y nos haría perder la línea de calidad que llevamos". Todos ellos plantean que "hay que ir a los circuitos cortos de comercialización, y en el mercado local", como resume Francisco (ARCO-Cantabria).

La salida es, entonces, utilizar distintas vías de comercialización que se complementan, como vemos en la tabla de circuitos comerciales. Las mayoritarias son el reparto a domicilio y a grupos de consumo. La primera fórmula se realiza a través de pedidos por internet en las páginas web de cada iniciativa, en lotes predeterminados que integran distintas categorías de carne (extra, primera y segunda) y que oscilan entre los 5 y los 20 kilos. La venta a grupos de consumo se realiza en lotes cerrados y variados, o a pedido de piezas más pequeñas, que suelen ser de 1ª y 2ª categorías (carne picada y para cocinar); y el pedido suele realizarse por teléfono. Los restaurantes compran piezas enteras, de más volumen y de categoría extra (solomillo, chuletón, etcétera), ya que "necesitan un producto de alta calidad que permita sacarle un beneficio", según nos explica Francisco.

Estos desequilibrios de demanda entre las distintas categorías de carne requieren ajustar canales de venta: "Sabemos que, por cada diez familias a las que repartimos a domicilio, tenemos que conseguir un restaurante", apunta Antonio, de Cobiosur, que se ha visto apoyado por el programa de comedores escolares de la Junta de Andalucía, que absorbe una parte importante de sus ventas. En el caso de Bioastur se apoyan en pequeñas carnicerías y tiendas de alimentos ecológicos, que están vendiendo muy bien su carne y llegan a comprarles canales enteras, lo cual resulta muy cómodo para el ganadero.

ARCO-Cantabria abrió en 2010 su propia tienda en Torrelavega, con buenos resultados. En ella, según nos cuenta Francisco, comercializan "los productos de los socios y otros productos de socios del sindicato UGAM-COAG, en el que estamos, para que quien venga a comprar pueda abastecerse con productos ecológicos y locales de toda la comida que se usa en una casa". Por el contrario, la venta en mercadillos no ha resultado muy positiva, por la necesidad de invertir en neveras con vitrinas y abastecimiento continuo de electricidad, y porque después hay que desechar mucha carne que no se vende.

Todas estas iniciativas ponen el acento en la necesidad de construir relaciones de confianza entre productores y consumidores, como plantea Francisco (ARCO-Cantabria): "Las grandes superficies van a entrar en este juego, y llegará la carne ecológica de Argentina al precio que venga. Tenemos que convencer a la gente de un consumo local y de cercanía, porque producción y consumo estamos en el mismo barco". Enrique Vega (Ganadec) opina que para ello "el consumidor tiene que probar la carne y le tiene que gustar, y después es importante que venga a la finca y vea que sí, que hay diferencia". Para Antonio (Cobiosur), "hay que cambiar hábitos, la forma de comprar, y eso es muy difícil. Por eso no nos cansamos de



## **11 Redes de productores ecológicos para el consumo de proximidad. Organizar la distribución desde la cooperación**<sup>137</sup>

Las distribuidoras y otras estructuras intermediarias a menudo generan asimetrías en el control y el reparto del valor añadido de los alimentos ecológicos. Esto ha llevado a numerosos productores ecológicos a crear estructuras propias de distribución, especialmente aquellos que no han podido o no han querido trabajar en el mercado de exportación. El desarrollo del consumo interno y de las redes territoriales de consumo ecológico organizado ayudan a que estas experiencias cada vez estén más asentadas.

Hemos hablado con redes de productores vinculadas a un territorio concreto, que comercializan mayoritariamente los productos de sus socios o miembros, y que lo hacen en base a circuitos cortos de comercialización como vía principal y centro de sus esfuerzos de comercialización. Se han entrevistado 11 agrupaciones de productores ecológicos de 8 comunidades autónomas, para que nos expliquen cómo están tratando de organizar la distribución de proximidad de sus productos. Desde luego, en este artículo no están todas las que son, pues hay muchas más experiencias de gran interés en nuestros territorios<sup>138</sup>. Pedimos disculpas a aquellas que, por falta de capacidad, no hayan podido ser incluidas.

### **Once experiencias asociativas para la comercialización local**

Estas experiencias podrían formar parte de una “nueva ola” de agrupaciones de productores ecológicos, que se iniciaría a mediados de la pasada década, a partir de núcleos iniciales para la venta a grupos de consumo de hortaliza y fruta (tabla 11.1). Pudimos hablar con algunos representantes de cada una de las iniciativas; y algunas de ellas discutieron en grupo las preguntas que les hicimos. Les preguntamos

---

137 Artículo publicado originalmente en 2014 con el título “Redes cooperativas de productores ecológicos para el consumo de proximidad” en el número 57 de la revista *La Fertilidad de la Tierra*.

138 Algunas de ellas son nombradas en el capítulo 13 del presente libro.

por las razones que les han llevado a crear agrupaciones de productores para la comercialización en circuito corto, que resultaron muy variadas.

**Tabla 11.1. Once asociaciones de productores para la venta de proximidad en distintas comunidades autónomas**

Iniciativa	Territorio	Producciones principales	Año de creación
Aigua Clara	Provincia de Valencia	Hortaliza y fruta (especialmente cítricos)	2003
ARAE1	Castilla y León	Hortaliza, fruta, lácteos, conservas vegetales, huevos, carne ovino, legumbre, aceite de girasol, cereales, forrajes	2007
Can Perol	Provincia de Barcelona	Hortaliza y fruta	2008
Despensa Natura	La Manchuela (Cuenca)	Lácteos y carne caprino; cerveza, pan; hortaliza; vino; cosmética	2007
Ecológicos de Granada	Provincia de Granada	Hortaliza y fruta	2012
Ecovalle	Provincia de Granada	Hortaliza, fruta, panadería	2011
EDEMUR	Región de Murcia	Hortaliza y fruta	2010
Nekasarea	Provincia e Bizkaia	Hortaliza, fruta, conservas vegetales, panadería y repostería, pastas, carne, lácteos	2006
Pollo Campesino	Provincia de Palencia	Carne de pollo	2010
Verdevera	La Vera, norte de Cáceres	Fruta, hortaliza, conservas vegetales, cosmética	2013
Xarxeta de Pagessos de Catalunya	Catalunya	Hortaliza, fruta, vino, aceite de oliva	2007

Desde Verdevera (norte de Cáceres), cuya principal producción es la cereza en todas las fincas asociadas, apuntaban la voluntad de “dejar de competir entre productores, y apoyarnos para ser más fuertes y reducir costes y gestiones, llegando más lejos”. Pepa Conde, de Aigua Clara (País Valencià), que reúne una parte importante de sus fincas en zonas metropolitanas muy amenazadas por la urbanización, presenta su cooperativa como una forma de “defensa del territorio, el derecho a alimentarnos de nuestro entorno y la dignificación del trabajo agrícola”. Para la gente de Despensa Natura (Cuenca) “es la única manera que entendemos para poder mantener nuestra vida en los pueblos, ser soberanos en nuestra producción, justos con los consumidores y no depender tanto de las fluctuaciones de los precios”.

Para todas estas iniciativas, el asociacionismo es una forma de defensa para las pequeñas producciones ecológicas, ya que permite muy distintas formas de cooperación, y no solo para la comercialización. Para la Xarxeta de Pagessos (Catalunya) “trabajar en nuestra red nos permite estar con compañeros que tienen la misma visión de transformación del modelo agroalimentario y que nos da más dignidad y libertad”. Además, es necesario de cara a retomar la autonomía de los productores respecto al mercado global. Desde EDEMUR (Murcia) establecen, a su vez, una diferencia respecto a otras fórmulas cooperativas de mayor escala, “para tener cierta libertad de actuación, porque en las cooperativas grandes se acaba perdiendo la relación entre agricultores: la junta de la cooperativa mueve las cosas y tú acabas siendo un pelele. Y no queremos ser peleles”.

Todas las experiencias entrevistadas reúnen a productores para los que la agricultura ecológica y el cooperativismo agrario son una herramienta para la supervivencia de los pequeños productores, pero también un proyecto de justicia social y de revitalización de nuestro medio rural. Como plantea Jerónimo Aguado (Pollo Campesino, Palencia): “Si queremos defender nuestro futuro como campesinos y campesinas, no solo hemos de cuestionar al modelo agroalimentario global, sino que, en paralelo a ello, tenemos que ir construyendo la alternativa campesina, que pasa por un agricultura a pequeña escala, local, al servicio del derecho humano a la alimentación. Ir tejiendo redes que articulen todo un movimiento a favor de la soberanía alimentaria, y construir relaciones directas entre productores/as y consumidores/as. No queremos crecer y crecer para poder ser más competitivos, sino multiplicarnos, ser muchas experiencias pequeñas y enredadas. ¡Este es el gran reto!”.

## **Formas organizativas para “seguir siendo pequeños”**

Hay una diferencia sensible en los tamaños de las fincas y granjas que conforman las experiencias asociativas que hemos encuestado (tabla 11.2), aunque, en relación con el conjunto del sector agrario profesional en el Estado español, todas ellas podrían ser consideradas como pequeñas. Muchas de ellas no alcanzan aún a comercializar toda la producción de sus socios (como es el caso de EDEMUR, Ecológicos de Granada, Nekasare para las carnes y transformados, ARAE o Despensa Natura), y los socios mantienen al mismo tiempo canales comerciales individuales. En algunos de los casos más recientes, las posibilidades de venta de la agrupación no permiten aún que los productores aprovechen todo su potencial productivo (Despensa Natura, Ecovalle, Ecológicos de Granada, Pollo Campesino), aunque en algunos proyectos más asentados también manifiestan estos problemas (Aigua Clara). En otros casos (Despensa Natura, Ecovalle, Verdevera) han expresado que los rendimientos obtenidos mediante la producción y venta aún no consiguen alcanzar una remuneración del trabajo que consideren suficiente, siempre en relación con el resto de iniciativas.

**Tabla 11.2. Algunas características socioeconómicas de las once asociaciones**

Iniciativa	Nº socios	Nº trabajadores en el campo*	Personal para logística y comercialización
Aigua Clara	15	14	4
ARAE	23 socios y 12 no socios	50	0
Can Perol	5 socios y 10 no socios	24	13
Despensa Natura	4	9,5	0
Ecovalle	4	8	1
EDEMUR	6	6	1,25
Ecológicos de Granada	10	14	3
Nekasare	80	80	1
Pollo Campesino	5	2,5	0
Verdevera	7	7,75	0
Xarxeta de Pagessos de Catalunya	18	53	0

\* Ponderado en relación con las jornadas anuales a tiempo completo, para producción primaria y transformación; incluyendo el trabajo por cuenta ajena.

Cinco de las agrupaciones emprenden las tareas comerciales y logísticas de forma voluntaria y compartida entre los agricultores socios. Cinco iniciativas cuentan con personas específicas (en su mayor parte, socias, y a menudo, agricultores) para la realización de estas tareas, y en tres casos (Can Perol, Aigua Clara y Ecológicos de Granada) estas labores se desarrollan alrededor de un establecimiento comercial abierto al público. En el caso de Nekasare hay tan solo una persona contratada por parte del sindicato para la coordinación general del proyecto, y son los socios productores quienes gestionan las relaciones entre producción y consumo.

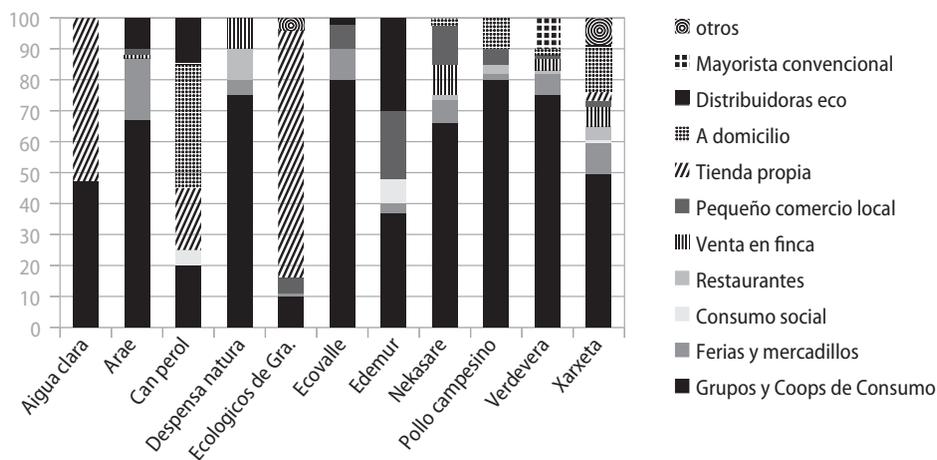
En el caso de Ecológicos de Granada, las personas encargadas de la comercialización y la logística son socias de pleno derecho de la asociación, pero su relación económica con la asociación no es salarial, sino que son un socio más y cobran un porcentaje de las ventas. Para Jesús Peña, coordinador comercial de la iniciativa, “esta es una forma de no cargar con más costes a la agrupación de productores. La toma de decisiones está en los productores, que se comprometen con lo que quieren sembrar y asumen los riesgos asociados. Y yo me comprometo en vender lo más y mejor posible, porque es lo que me interesa”.

## Distintos circuitos comerciales para distintas situaciones y objetivos

Ninguna de estas iniciativas comercializa sus productos en un solo canal, y mucho menos en uno o pocos clientes o puntos de distribución. Pero todos centran sus esfuerzos en la venta directa al consumidor final: “Es la única manera que entendemos para poder mantener nuestra vida en los pueblos, ser soberanos en nuestra producción, justos con los consumidores y no depender tanto de las fluctuaciones de los precios”, según Despensa Natura. Esta estrategia económica se convierte, como vemos, en una máxima, tal y como expresan desde Ecovalle: “No concebimos la comercialización de otra forma que no sea por nosotras mismas”.

Todas estas iniciativas valoran la relación directa con los consumidores mucho más allá de la reducción de intermediarios, para “sentir que se valora tu producto por algo más que su precio”, como comentan desde Verdevera. Desde Nekasarea (Bizkaia) pretenden “crear relaciones directas entre producción y consumo, que vayan más allá de la básica de productora y cliente, para colectivizar los problemas y soluciones”. Desde EDEMUR “Valoramos mucho los halagos de los consumidores. También se pueden comentar los precios, o la calidad con los consumidores, y eso en el mercado convencional no es posible”. Desde la Xarxeta de Pagessos de Catalunya aseguran que “junto a las alternativas ecológicas a nivel de producción necesitamos buscar alternativas a nivel de comercialización y distribución que nos acerquen a los consumidores en base a la comunicación, la transparencia y el compromiso”.

Figura 11.1. Canales comerciales utilizados por las distintas experiencias asociativas entrevistadas



Como se observa en la Figura 11.1, el destino mayoritario de los productos son los grupos o asociaciones de consumo, que suponen de media el 55% de las ventas. En el caso de EDEMUR y Ecológicos de Granada, una parte muy importante de esas ventas corresponde con “grupos de consumidores” que no se agrupan por sí

mismos de forma independiente a la producción, sino a iniciativa de esta última. Algunas agrupaciones cuyos miembros individuales tienen un mayor peso (como Aigua Clara, Can Perol, EDEMUR o la Xarxeta) también intercambian o venden producto a otras agrupaciones de productores que a su vez distribuyen a grupos de consumo, alcanzando esta vía una parte importante de sus ventas. En algunos casos (EDEMUR, Can Perol, ARAE y Verdevera) también se ven necesitados de comercializar los excedentes a distribuidoras especializadas en el producto ecológico, o incluso como producto convencional si no encuentran otra opción. Sin embargo, esta vía nunca supone un peso relativo importante en las ventas totales.

Destacan, por otro lado, las ventas en tienda propia, que solo se dan en tres de las iniciativas, pero que alcanzan valores muy importantes. Las ferias y mercadillos y el pequeño comercio local están presentes en prácticamente todas las agrupaciones, y en muchos casos suponen una salida importante al producto. Son muy apreciados por la promoción del producto ecológico entre consumidores poco sensibilizados, por la oportunidad de hacer contactos con nuevos consumidores y, especialmente, “por la posibilidad de encontrarnos entre los productores, que no ocurre muy a menudo”, como afirma Juan Senovilla desde ARAE. Otros canales alternativos, como los restaurantes o las pequeñas tiendas, suponen cantidades menores (aunque crecientes) para muchas iniciativas. Varias iniciativas se apoyan en mayoristas de la distribución ecológica para gestionar los excedentes, y en general todas las agrupaciones han manifestado poder vender todos sus productos como alimentos ecológicos.

## **Dos modelos para organizar la comercialización**

Todas las agrupaciones ofrecen al consumidor un catálogo común de productos, y de una u otra forma se planifica conjuntamente la producción entre todos los socios, especialmente en la hortaliza. Sin embargo, se podrían diferenciar dos modelos distintos de articulación de los productores, en función de la centralización de las labores comerciales y, por lo tanto, de las inversiones y recursos colectivos destinados a ello.

El primer modelo se podría denominar “centralizado”, y tendría semejanzas con el modelo clásico de cooperativa: centralización de las ventas, tanto en el espacio (infraestructuras para el acopio y gestión logística conjuntas) como en la propia promoción del producto. Contratan personal para la logística y comercialización, y en tres de los casos han abierto tiendas propias. Estas experiencias tienen un número muy limitado de socios, mucho menor que las cooperativas tradicionales, lo que permite el control directo de todas las decisiones por parte de los productores. Pero cuentan con una inversión y unos costes fijos colectivos de cierta envergadura, especialmente debido a la amortización de infraestructuras logísticas y al personal contratado.

Este modelo se ajusta mejor a agrupaciones que reúnen una cantidad importante de un solo producto o familia de productos (carne, cítricos, extensivos, etcétera), y

que de alguna forma están especializadas. En general tienen más problemas para comercializar en su totalidad sus producciones a través de canales alternativos, debido a los pequeños volúmenes de la demanda interna, y por ello profesionalizan las labores comerciales. Los socios son mayoritariamente agricultores a tiempo completo –a menudo, agricultores convencionales que han emprendido la transición al cultivo ecológico–, con una superficie de tamaño medio y un número limitado de cultivos por cada finca (Can Perol, Ecológicos de Granada, EDEMUR, Aigua Clara). Otro tipo se referiría a agrupaciones realizadas en torno a producciones que requieren ser transformadas y, por lo tanto, requieren de inversiones o contratación de servicios de agroindustria (como en ciertas cooperativas de carne ecológica<sup>139</sup>, Pollo Campesino o la sección de piensos, forrajes y legumbres de ARAE).

El modelo que hemos denominado “archipiélago” o “red de productores” se caracteriza por grupos de productores que desarrollan vías comerciales individuales, pero que intercambian producto entre ellos sin cargarlo con sobreprecio, más allá de los costes. Cada productor se beneficia del intercambio con otros socios al poder ofrecer a sus puntos de distribución una mayor diversidad de producto, y multiplica sus vías comerciales sin mayor esfuerzo que el intercambio de productos con los otros miembros de la red.

En este modelo las agrupaciones se construyen a menudo sobre producciones muy diversas y, por lo tanto, complementarias. De este modo, permiten una oferta muy diversificada, aunque las cantidades de cada producto ofertado puedan ser muy limitadas en algunos casos. Las inversiones y gastos fijos son menores, pues la labor comercial y la distribución se gestionan desde cada socio de la red, y no es necesario contar con infraestructura logística ni personal contratado. Son estructuras más flexibles y, por lo tanto, pueden adaptarse bien a circuitos comerciales dispersos y con bajos volúmenes de pedido; aunque suelen exigir una mayor dedicación a la distribución y a la gestión comercial. Estas agrupaciones (ARAE, Verdevera, Despensa Natura, Xarxeta de Pagessos y Ecovalle en algunos rasgos) suelen reunir iniciativas de menor tamaño; y a veces la diversidad de producciones se da incluso dentro de cada iniciativa individual. Por requerir menos gastos, se puede ajustar a personas con dificultad para el acceso a la tierra y la financiación, o que inician la actividad agraria por primera vez, sin contar con acceso previo a los recursos productivos –tierra, maquinaria, infraestructuras, conocimiento, etcétera–. También a iniciativas productivas que han surgido muy ligadas al consumo asociativo, ya sea por su cercanía a zonas metropolitanas o por estar protagonizadas por personas “neorrurales”.

En general, los dos modelos se construyen sobre una gran implicación de los productores en toda la cadena de valor de los productos y requieren del dominio de determinadas habilidades sociales y una fuerte autonomía personal. Como nos explican desde EDEMUR, “somos pocos precisamente para poder llevar bien esto: nos conocemos mucho y nos adaptamos. Podríamos ampliar el número de agricultores más rápidamente, pero preferimos crecer despacio y en armonía”.

139 Véase capítulo anterior.

## **Retos para estas experiencias colectivas**

La existencia de este tipo de experiencias se da a contracorriente, y se construye con un fuerte esfuerzo en tiempo y energía, y en algunos de ellos, también financiero. Las experiencias entrevistadas tienen en común dificultades en torno a la organización y coordinación internas. Se quejan del desconocimiento por parte del consumidor de la realidad agraria (temporadas, problemáticas productivas, etcétera), además de su falta de implicación en la construcción de las redes alimentarias alternativas. También se dan ciertas problemáticas que podrían ser diferenciadas en función de los dos modelos descritos.

Desde el modelo “centralizado”, los retos expresados se centran en las cargas burocráticas (incluyendo costes de certificación) y fiscales ligadas a la comercialización. También, en la dificultad de ajustar sus producciones con la demanda, o de desarrollar oferta y demanda de forma armónica. En el modelo “archipiélago” las dificultades se refieren más a la precariedad de infraestructuras logísticas y la fuerte carga de trabajo que representan las tareas de distribución para el agricultor. A su vez, se manifiestan dificultades para alcanzar una remuneración apropiada del trabajo propio.

En mi opinión los dos modelos –y todas sus variantes específicas– son altamente necesarios en un escenario de fuerte crecimiento del consumo ecológico estatal. Cada uno responde a situaciones de partida diferentes, y a distintos proyectos colectivos. También, a diferentes proyectos y visiones individuales de vida por parte de los miembros de cada iniciativa e individuales. Por ello, resulta difícil establecer que uno de los modelos es mejor que el otro, y parece más adecuado ver dónde se puede reforzar cada uno de ellos y qué elementos de interés podemos rescatar para la construcción de nuevas iniciativas.

La construcción de formas organizativas que permitan una circulación justa y sostenible para los alimentos ecológicos debe ser una prioridad para el movimiento agroecológico estatal. Y estas formas colectivas pioneras deben ajustarse a los distintos perfiles de productores y productoras que hoy conforman nuestro panorama estatal, así como a condicionantes geográficos y al consumo. Puesto que si no estructuramos las relaciones entre los productores y los consumidores, juntos, otros actores del sistema agroalimentario organizarán de nuevo la cadena productiva. Y lo harán en su propio beneficio.

## **12 Cooperativa Europea Longo Mai. Un modelo de economía colectiva y campesina de segundo grado**<sup>140</sup>

La iniciativa Longo Mai surge a principios de los años setenta. Años convulsos en todo el mundo y en los que el campo europeo se enfrenta al abandono masivo y a unas transformaciones sociales muy violentas. También en estos años la juventud emerge, sobre todo a partir del Mayo del 68 francés, como un nuevo y potente sujeto social que reivindica una vida distinta, inventando nuevas formas de hacer política. Estos dos elementos dan pie a la convocatoria en 1972 en Basilea (Suiza) de un encuentro entre colectivos alternativos al que acudirán jóvenes venidos de diez países europeos. En ese encuentro deciden comenzar, en las zonas deprimidas y abandonadas de las montañas europeas, la creación de lo que llaman núcleos pioneros: “Zonas experimentales de una Europa solidaria, pacífica y democrática, para la vida en común y la autosubsistencia a partir del trabajo en la agricultura, la artesanía y la industria”<sup>141</sup>.

Tras una importante campaña de difusión de la idea y de búsqueda de apoyos, consiguen el dinero suficiente para comprar un terreno en las montañas del sureste de Francia. En el verano de 1973 unos treinta jóvenes se trasladan a esta finca de unas 300 hectáreas con tres núcleos de edificios en estado ruinoso en la Provenza, región tan asolada por el éxodo rural como tantas otras zonas montañosas de Europa. Allí pretendían vivir en base a “la autosubsistencia agrícola, la construcción de instalaciones comunales y una producción artesanal-industrial a partir de las necesidades vitales de las personas y de los límites impuestos por la naturaleza”.

---

140 El presente capítulo está revisado en base al artículo “Longo Mai: una experiencia actual de colectivismo agrario”, publicado en 2007 en el número 29 de la revista *La Fertilidad de la Tierra*. El artículo original fue escrito a partir de una estancia de mes y medio en las cooperativas de Longo Mai en el verano de 2006. Agradezco su apoyo a toda la gente de las cooperativas, y especialmente a los y las compañeras de Mas de Granier.

141 Texto extraído de las actas del “Congreso Internacional por la creación de comunidades europeas de jóvenes”, Basilea (Suiza), 1972. Citado en Beatriz Graf (2006), *Longo Mai: Révolte et utopie après 68. Vie et autogestion dans les Coopératives Européennes*, Basilea, Thesis.

Han pasado 41 veranos desde aquello, y el proyecto se ha desarrollado y ha cambiado, así como el contexto político, social y económico. En la actualidad Longo Mai es una red de 9 cooperativas repartidas por 5 países europeos y otra en Costa Rica, en las que viven unas 250 personas en total, y en las que conviven tres generaciones de personas a partir del grupo inicial. Su fuerte capacidad de autoabastecimiento y la cantidad de producciones materiales que desarrollan se combinan con una impresionante actividad cultural, social y política, con actividades que abarcan desde el nivel local al mundial. Más allá de ser un modelo colectivo, cooperativo y autogestionario para la vida rural y la producción agraria, Longo Mai es la realización de una utopía.

## **Una red basada en la convivencia y la confianza**

Las cooperativas que integran Longo Mai funcionan de forma autónoma, cada una según modelos específicos a partir de las personas que las integran y de las actividades que realizan, tanto las productivas como las reproductivas. Pero en cada cooperativa el modo de funcionamiento es colectivo y espontaneísta. Toda la economía es colectiva, así como el trabajo. Ni los salarios ni la propiedad privada existen y las decisiones se toman colectivamente de forma asamblearia. Así, lo individual se funde con lo colectivo. A lo largo de estos 41 años se han experimentado diferentes formas de organización, tanto de la economía como de la vida en común, en busca de fórmulas apropiadas a la propia evolución del proyecto, ya que la vida en colectivo no es fácil y nadie nos ha enseñado a vivirla.

Posiblemente, el principal nexo entre las cooperativas toma vida en una fuerte identidad de grupo, generada y reproducida por la propia experiencia de la vida en colectivo en cada una de las cooperativas, y por el trasvase continuo de gente entre unas cooperativas y otras. Pero además existen estructuras más o menos formales de coordinación entre las cooperativas, y determinadas actividades que se realizan conjuntamente y que dan cuerpo a la red.

Al igual que, dentro de cada cooperativa, la propiedad de todos los bienes de las cooperativas también es colectiva. En el desarrollo del proyecto, las cooperativas han ido asumiendo diversas formas jurídicas que hiciesen funcional este principio, y en la actualidad cada una tiene una forma legal específica, desde la SCOP (Sociedad Cooperativa Obrera de Producción) a la SICA (Sociedad de Interés Colectivo Agrícola), figuras propias de cada país correspondiente. Pero todas las tierras y edificios son propiedad de la fundación suiza Fondos Europeos de Tierra, cuyo consejo de administración está formado exclusivamente por miembros de Longo Mai, a fin de "proteger [al proyecto colectivo] de la especulación y de las disputas por la herencia, y de mantener su función original: trabajar en autogestión y según criterios sociales y ecológicos".

Otro elemento singular de la actividad en común es la financiación de la red. Desde su inicio, Longo Mai ha contado con el apoyo de una importante red de personas y colectivos que han aportado dinero cuando ha hecho falta.

Con este dinero se financian las inversiones de las cooperativas o la creación de nuevas cooperativas, así como otros aspectos deficitarios de su funcionamiento y la infinidad de actividades políticas que se realizan desde la red. Este es un aspecto muy importante, y cada año unas treinta personas dedican unas semanas, sobre todo a través de las oficinas de Longo Mai en Basilea (Suiza), al mantenimiento, revitalización y activación de esta red de apoyo al proyecto. El dinero que se recibe se asigna a los proyectos que cada cooperativa presenta y que se aprueban en las reuniones intercooperativas, que se realizan unas tres veces al año.

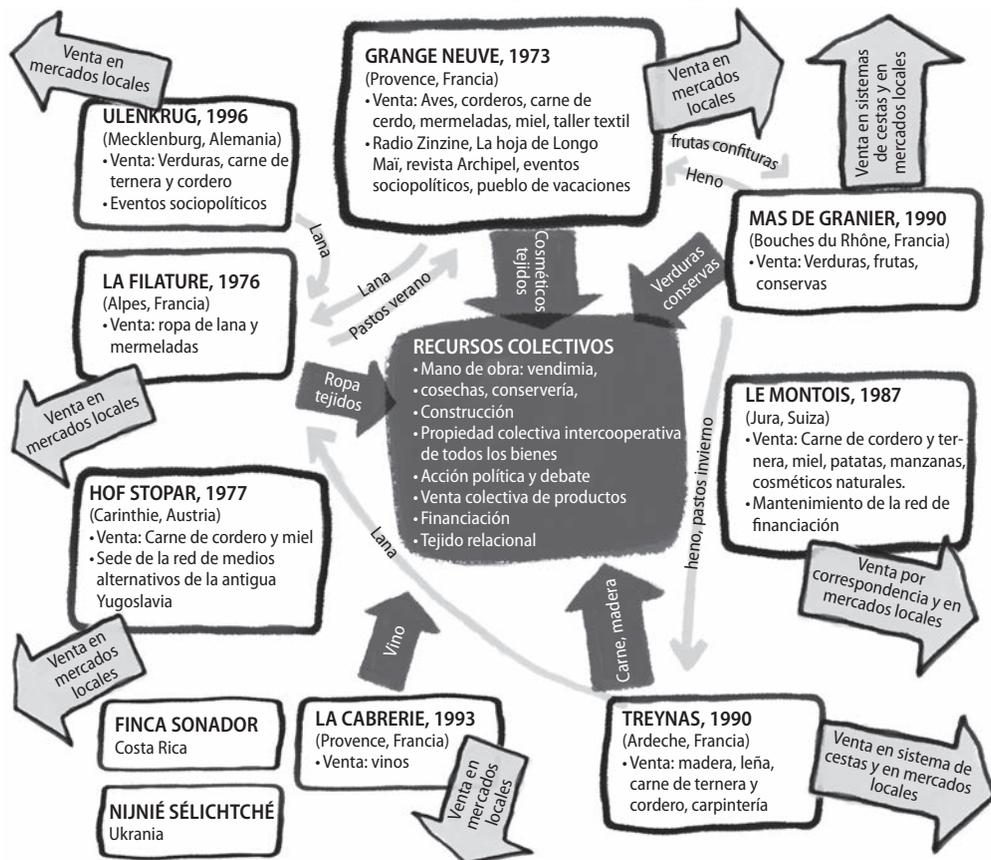
Pero probablemente el mayor recurso que comparten las cooperativas es la gente que vive en ellas. Existe un cierto nomadismo entre unas y otras que mantiene la comunidad con grupos cambiantes y que permite el conocimiento mutuo y la confianza suficientes entre las personas para hacer posibles las tareas comunes entre las cooperativas. Así, para los momentos importantes de trabajo en cada una se desplaza gente desde las otras, ya sea para la vendimia o cualquier otra cosecha aquí, o para la construcción de un edificio allá, o para la trashumancia de los rebaños que se realiza entre las distintas cooperativas. Esto también hace posible que los miembros puedan agruparse en distintos proyectos según afinidades (personales o laborales) sin salir de Longo Mai.

## **Entre la economía campesina y el cooperativismo agrario**

En Longo Mai se intenta poner en práctica una economía de subsistencia, tanto a nivel de cada cooperativa como a nivel de red. Cada cooperativa intenta abastecerse de la mayor cantidad de productos básicos para el consumo, desde la alimentación a la energía o la construcción. Emmanuel, de la cooperativa de Treyinas, nos explica que para ella “es muy importante demostrar que es posible vivir con muy pocas dependencias del mercado y del trabajo asalariado”, tanto para ella como para que sus hijos e hijas crezcan en esa posibilidad. En ese sentido habla de una “economía campesina”, en la que “el objetivo principal del trabajo no es conseguir dinero, sino satisfacer directamente las necesidades del grupo con los recursos que el medio nos ofrece”.

Las cooperativas también realizan producciones que no son para el consumo inmediato, sino que son destinadas al consumo interno de las otras cooperativas o a la venta, para cubrir así las necesidades que no son posibles mediante la autoproducción. En la figura 12.1 hemos intentado esquematizar esta red de interacciones e intercambios centrándonos en las producciones materiales, diferenciando entre la producciones y recursos destinadas al consumo interno en las cooperativas (color verde), intercambio de materias primas entre cooperativas (color azul) y actividades de distribución hacia el exterior, en las que cada cooperativa da salida al mercado a sus propias producciones y a las del resto de las cooperativas, todas ellas con el sello de *Longo Mai, Cooperativa Europea*.

**Figura 12.1. Flujos internos y externos de las producciones materiales de las cooperativas integrantes de Longo Mai**



Como vemos, muchas de las necesidades que cada cooperativa no cubre son resueltas por medio de la red. Así, la gente de Longo Mai tiene a su disposición las ropas que se producen en La Filature o los tejidos de Grange Neuve; las verduras, mermeladas, salsas y patés de la conservería de Mas de Granier; el vino que se produce en La Cabrerie; o la madera y la carne que se producen en Treynas. Esta red de intercambio también funciona para las materias primas que son excedentarias en unas cooperativas y que en las otras van a ser utilizadas para elaborar artículos para la venta o el consumo, como la lana para la Filature o las frutas para la conservería.

Para la gente de Longo Mai esto también es “economía de subsistencia”, ya que “entre las cooperativas hay intercambios, pero estos no se corresponden con sumas de dinero. A menudo se realizan servicios sin esperar contrapartidas”. En un artículo de la publicación *Noticias desde Longo Mai* aparecido en 2002, nos explican que esta economía “se caracteriza por el hecho de que funciona sin dinero” y, sin embargo, el trueque se encuentra en un lugar marginal frente a lo que ellos y ellas llaman “una economía basada en el don y la reciprocidad”. Así, cada cooperativa programa sus producciones también en función de las necesidades de las otras cooperativas, conformando un

sistema que amplía enormemente las capacidades de producción y autoconsumo de cada cooperativa, combinando las posibilidades de distintos climas y entornos.

En las cooperativas podemos encontrar gran cantidad de herramientas y maquinarias antiguas que han sido donadas, que se reparan y se ponen a funcionar. Esto hace posible realizar gran cantidad de producciones diferentes sin la necesidad de mantener fuertes inversiones, al no estar tan presente la presión del mercado en las producciones para el consumo interno. Así se suavizan la necesidad constante del incremento de la productividad y de crecimiento en la producción para aprovechar las economías de escala. De hecho, algunas de estas herramientas y maquinarias antiguas son necesarias para mantener un tamaño de la producción reducido y apropiado a las demandas de las cooperativas. Para los volúmenes de producción que manejan, la inversión en maquinaria moderna resulta demasiado cara, grande y aparatosa, y a menudo poco útil.

Respecto a las ventas al exterior, en cada cooperativa tienen un peso relativo respecto al autoabastecimiento, siendo en algunas relativamente marginal. Cada cooperativa se ha ido especializando en algunas producciones, en función de las características de la finca y de las preferencias del grupo. Y así podemos encontrar entre sus productos una grandísima variedad de productos agrarios, frescos o transformados, sin que haya competencia entre cooperativas. Después cada cooperativa se encarga de distribuir todos los productos en sus áreas de influencia, diversificando así los mercados y, a la vez, la oferta, que resulta más interesante para el/la consumidor/a.

En las formas de comercialización, desde Longo Maï se ha hecho una apuesta decidida por los mercados locales y los circuitos cortos de comercialización. Podemos encontrar fórmulas como la participación en mercados locales de pequeños productores o la venta directa en la granja, en sistema de cestas fijas de verduras o carne o por correspondencia. Las cooperativas están muy implicadas en la creación de este tipo de tejidos socioeconómicos en cada una de sus regiones, hasta el punto de haber impulsado la creación de asociaciones regionales de pequeños productores como País Alp en la Provenza (Francia) o Coppla Kasa en la región de Eisenkappel (Austria). También participan en otras estructuras para la creación de mercados campesinos, como la ADEAR en la Provenza.

Sus producciones agrarias son ecológicas, y la mayoría de ellas, certificadas. Pero su interés por la agricultura ecológica va más allá de la certificación, y desde algunas de las cooperativas están muy implicados en la recuperación de variedades hortofrutícolas tradicionales y locales, en la recuperación e investigación con variedades antiguas de cereales, en la sustitución del tractor por formas de cultivo agrícola con tracción animal o en la experimentación con técnicas homeopáticas en la ganadería ecológica. En este sentido, también se implican en la difusión de estas técnicas organizando cursos de formación, seminarios, etcétera, en las fincas de las cooperativas.

## **Haciendo política desde la producción agraria**

Las formas de comercialización, como las cestas de verdura o los mercados campesinos, son fórmulas que acercan a consumidores y productores, buscando un entendimiento

entre ambos agentes. Para Peter, de la cooperativa de Mas de Granier, es muy importante “buscar fórmulas de economía colectiva para generar alternativas al individualismo, que es producido y que, a su vez, sostiene la sociedad del consumo de masas y la globalización”. En este sentido, las iniciativas asociativas que se impulsan desde Longo Maï, tanto entre agricultores/as como entre estos/as y consumidores/as, pueden entenderse como formas de crear tejido social capaz de comprometerse con las problemáticas locales.

Quizá esta línea de trabajo responde a esa voluntad inicial de construir una Europa “democrática, pacífica y solidaria”. En este sentido, los recursos e infraestructuras con que cuenta Longo Maï están a disposición de todo tipo de colectivos sociales, en la construcción de estas redes de solidaridad local. En la figura 12.1 hemos incluido también algunos de los recursos de los que cada cooperativa se ha dotado para este fin.

Por otro lado, y en un plano más teórico, desde algunos sectores de Longo Maï se trabaja en interesantes reflexiones sobre las implicaciones de la industrialización de la agricultura y de la urbanización de la población rural, que se ha ido produciendo a lo largo del siglo XX y hasta nuestros días: desde la pérdida de autonomía en las economías y sociedades locales a la dependencia de la energía fósil o el control que ciencia y tecnología ejercen sobre nuestras vidas. La experimentación de formas de producción no dependientes de las máquinas y de los combustibles fósiles son también, para Gregory, de Mas de Granier, “formas de bajar a lo concreto estas reflexiones”.

Para Bolo, de la cooperativa de Treynas y muy implicado en una red estatal para la recuperación de variedades tradicionales de cereal, “la mecanización y la industrialización de la producción agroalimentaria han seleccionado determinadas variedades de trigo que son más fáciles de procesar de forma industrial. Estas variedades tienen mucha menor calidad y, sin embargo, han hecho casi desaparecer la mayoría de las variedades locales, generando una fuerte erosión de la biodiversidad cultivada y una fuerte dependencia de los agricultores respecto al mercado de semillas. La desaparición de las variedades tradicionales impide un cultivo adaptado a los ciclos naturales locales y la pérdida de las técnicas y productos más artesanales. Por lo tanto, trabajar en la recuperación de las semillas es un camino importante en la construcción de alternativas ecológicas y sociales a la industrialización agraria”.

En el plano internacional, desde Longo Maï se dinamizan gran cantidad de redes, centradas sobre todo en cuestiones agrarias. En este trabajo cobra una importancia relevante la problemática de las personas trabajadoras inmigrantes en el sector agrario, y desde Longo Maï se están impulsando acciones en Francia para denunciar la situación laboral y social de este grupo. También han trabajado el tema en otros países, a través del Foro Cívico Europeo, como en España, donde realizaron un valioso informe sobre los ataques contra los y las trabajadores/as agrícolas inmigrantes en Almería en 2001<sup>142</sup>. En el Estado español también han realizado acciones de apoyo a otros grupos, como el Sindicato de Obreros del Campo en Andalucía (SOC-SAT), y cooperan con sindicatos como EHNE o el Sindicato Labrego Galego.

142 Forum Civique Europeenne, 2002. *El Ejido, tierra sin ley*, Bruselas, Forum Civique Europeenne.

## **13 La dinamización de redes alimentarias de ámbito autonómico desde la soberanía alimentaria<sup>143</sup>**

Desde las iniciativas pioneras de desarrollo de los CCC, tanto desde la producción como desde el consumo, se ha señalado la importancia de estructurar el sector, poniendo un acento importante en el desarrollo de redes logísticas adaptadas a la realidad de los CCC. Ya que, por un lado, el creciente número de productores ecológicos que optan por los CCC muestran dificultades para conectar directamente con la producción; y, por el otro, el creciente número de consumidores ecológicos agrupados en grupos de consumo o con vocación de participar en CCC expresan una gran dificultad por conectar con productores directos. Por ello la estructuración de los CCC ha adoptado, en los últimos años, un papel central en la agenda de la soberanía alimentaria en el Estado español. Ya que supone, en la actualidad, uno de los principales límites para su desarrollo en los distintos territorios.

La existencia de redes sociales organizadas a nivel territorial está permitiendo una verdadera explosión de los CCC en estas áreas, al brindar asesoramiento y contactos con las redes de producción y logísticas a los nuevos grupos de consumo, dinamizar la creación de otras acciones más complejas –como mercadillos de productores o el consumo social– y realizar una importante labor de difusión y sensibilización para el consumo responsable y solidario. Por otro lado, están permitiendo un estrecho contacto entre producción y consumo, incorporando contenidos agrarios y rurales a la agenda política de los movimientos sociales urbanos a través de la presencia de los productores. Mediante esta convergencia se fortalecen de una forma importante las

---

143 El presente apartado es una adaptación del artículo “Tejer agroecología. Las metodologías participativas en la construcción de circuitos cortos de comercialización para la agricultura ecológica”, presentado en el IV Congreso Internacional de Agroecología y Agricultura Ecológica, organizado por la Universidad de Vigo en junio de 2012. Quiero agradecer a los y las compañeras de ISA-M, y a todas las personas participantes en los diversos talleres relacionados con el proceso de La Rehuerta, a Beatriz Fadón y el resto de compañeros de Red Calea SL, así como a los GAL promotores del proyecto Ecos del Tajo, su esfuerzo en la dinamización de los CCC, y el permitirme utilizar para este artículo los datos obtenidos a lo largo de los dos procesos.

luchas de los débiles tejidos sociales de las áreas periurbanas y rurales circundantes. Estos proyectos, de carácter voluntario y militante, deben sumarse a otros proyectos formales, con financiación pública, que en distintos territorios o a nivel estatal se han volcado desde 2009 en la dinamización de los CCC<sup>144</sup>.

Para el enfoque agroecológico, las alianzas entre distintos actores sociales alrededor de los CCC resulta central en la construcción de contrapoderes que puedan enfrentarse a la globalización agroalimentaria, en lo que se ha denominado la *dimensión política* o de *transformación social* de la agroecología. Es en las formas de dinamización que se han dado en algunas de estas iniciativas en lo que centraremos las próximas páginas. La naturaleza horizontal de este tipo de iniciativas, así como la centralidad que las redes de confianza adquieren en el desarrollo de los CCC, más allá de complejas estructuras logísticas, nos hacen pensar en lo apropiado de los enfoques participativos para su análisis y dinamización.

La propuesta metodológica de investigación agroecológica se construye en base a las Metodologías Participativas de Investigación-Acción (en adelante, MPIA), como estrategia para liberar el potencial de las redes y recursos sociales que se dan en cada contexto hacia la *transición agroecológica*<sup>145</sup>. En las MPIA el objeto que se investiga pasa a ser sujeto de la intervención, a través de formas participativas de investigación y de acción. En estos procesos el investigador o el técnico pasan a ser “dinamizadores” de los procesos de transición agroecológica, al acompañar a las personas y grupos implicados en ellos, más que dirigirlos.

En las siguientes páginas expondremos dos casos en los que se han aplicado las metodologías participativas en procesos de dinamización de Circuitos Cortos de Comercialización a escala regional, en la Comunidad de Madrid y en Extremadura, como parte de un proceso de transición agroecológica a escala regional. Ambos procesos, así como los contextos, muestran importantes diferencias de partida. En el primero de los casos (desarrollado entre 2009 y 2011) se trata de un proceso dinamizado desde organizaciones sociales (la Iniciativa por la Soberanía Alimentaria de Madrid, ISA-M en adelante), con carácter militante –no profesional–, en un territorio con escasa producción, una relativamente amplia demanda de alimentos ecológicos desde el consumo y una elevada articulación de los CCC y del movimiento social por la soberanía alimentaria.

En el segundo caso (desarrollado entre 2009 y 2012) se trata de un proyecto promovido por una empresa (Red Calea, SL) centrada en la promoción de la

144 Podemos citar en este sentido, entre otros, los proyectos desarrollados por Ecologistas en Acción (EcoAgroCulturas, 2009-2011, y otros); los varios proyectos lanzados por la Sociedad Española de Agricultura Ecológica; el proyecto Ecos del Tajo promovido por siete grupos de Acción Local en la cuenca del río Tajo; o el proyecto Red Terrae, lanzado inicialmente por cuatro gobiernos municipales y que hoy agrupa a más de treinta municipios.

145 En otro texto se ha descrito en mayor profundidad una propuesta de aplicación de las metodologías participativas a la promoción de procesos de transición agroecológica a distintas escalas, de la finca al contexto regional: D. López García y G. I. Guzmán Casado (2013), “Metodologías participativas para la Transición Agroecológica”, *Cuadernos Técnicos de SEAE*, 10, Catarroja, Sociedad Española de Agricultura Ecológica.

agroecología y financiado desde la administración regional. El proyecto se denominó Ecomercio-Extremadura (en adelante, EE) y tenía como objetivos la promoción de la restauración colectiva y el consumo social ecológicos en un territorio –Extremadura– con una elevada producción de alimentos ecológicos y un escaso desarrollo y articulación de movimientos sociales en general, y en particular, del movimiento por la soberanía alimentaria y de los CCC. Más tarde, este proyecto continúa en el proyecto denominado Ecos del Tajo, promovido por siete grupos de Acción Local de la cuenca del río Tajo, de tres comunidades autónomas, financiados por el MARM dentro de los proyectos piloto de Cooperación Interterritorial de los Fondos FEADER, y ejecutado con la asistencia técnica de esta misma empresa. El autor ha participado, en el primer caso, a nivel militante y dentro del equipo dinamizador; y en el segundo, como consultor para la dinamización del proceso participativo.

## Desarrollo del proceso participativo

En ambos casos se han aplicado las MPIA desde una estructura simplificada respecto a otras propuestas, condicionados por los objetivos de los proyectos, en los que primaba la componente de acción sobre la de investigación. Sin embargo, podemos diferenciar al menos cuatro fases en ambos proyectos.

**Tabla 13.1. Diferencias y semejanzas entre los dos casos en relación con los órganos y espacios de participación, técnicas y principales acciones**

	Grupo Motor	Comisión de seguimiento	Grupos de Trabajo	Principales técnicas aplicadas en el diagnóstico	Separación producción-consumo	Principales acciones del Plan de Acción
ISA-M-Rehuerta	Miembros de organizaciones sociales promotoras y productores ecológicos	Organizaciones promotoras y coordinación estatal de ASAP	Territoriales, mixto producción-consumo	Encuesta, sociograma, flujograma (1º y 2º talleres)	Sí	Apoyo a la creación de nuevos Grupos de Consumo. Difusión de los CCC
Ecomercio-Extremadura	Técnicos del proyecto y organizaciones sociales relacionadas con la AE	Grupos de Acción Local promotores del proyecto	Sectoriales, por acciones. Producción	Debates plenarios, técnicas de priorización, discusiones en pequeños grupos	Sí	Desarrollo de proyectos piloto: mercadillos de productores y consumo social

**Tabla 13.2. Estructura y actores implicados en los distintos espacios de participación en el proceso**

	Universon muestral	Encuesta	Talleres Participativos	Taller plan De acción	Evaluación
<b>ISA-M / Rehuerta</b>	70 Grupos de Consumo (Contestan 27); 25 productores (contestan 12)				
	Grupos de Consumo de la CAM y productores que les abastecen				
	16 productores; 12 Grupos de Consumo (representando a 25)				
	Priorización de problemas; acciones que queremos hacer juntos en relación con esos problemas				
	Taller abierto: 110 personas (12 agricultores, 25 Grupos de Consumo)				
	5 Grupos de Trabajo de zona, compuestos por productores y consumidores (mayoría)				
	Un año después				
<b>Ecomercio Extremadura</b>					
Productores ecológicos de Extremadura	30 encuestas				
	9-12 productores; 1-12 entidades de consumo				
	1. Análisis general de CCC; 2. modelos de concentración de la oferta; 3. análisis de distintos CCC; 4. estructura y reglamento interno; 5. proyectos piloto; 6. proyectos piloto				
	Taller cerrado, por separado consumidores y productores				
	Técnicos. Grupos de trabajo por acciones				
	Por parte del equipo técnico				

## Principales resultados obtenidos

### **Iniciativa por la Soberanía Alimentaria de Madrid y La Rehuerta. Un espacio de encuentro para la estructuración del sector**

A partir de su creación en 2009, la ISA-M se estructuró en tres comisiones, de las cuales una de ellas se denominó Comisión de Producción-Consumo. Esta comisión definió su objetivo central de trabajo en la dinamización de los CCC en la Comunidad de Madrid. Para ello realizaría una encuesta a grupos de consumo de

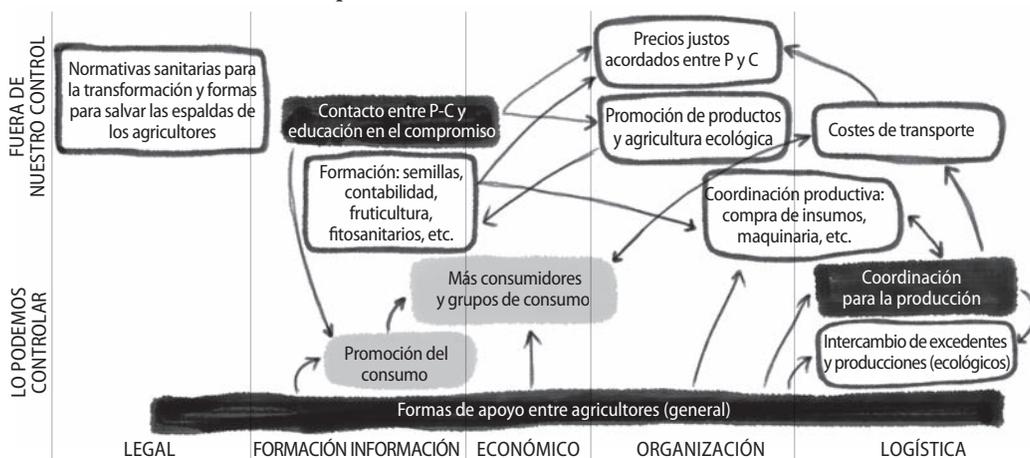
la Comunidad de Madrid y a los agricultores que los abastecían, muchos de ellos de comunidades autónomas limítrofes. Esta encuesta tendría dos objetivos: obtener información cuantitativa acerca de los volúmenes de alimentos y monetarios y, a la vez, obtener información cualitativa acerca de las principales problemáticas de los CCC. La encuesta para grupos de consumo se envió a 70 grupos, de los cuales contestaron 32 iniciativas. La encuesta sobre producción se realizó sobre una muestra de 25 productores ecológicos identificados, de los cuales contestaron 12 iniciativas.

La información cuantitativa recogida en la encuesta fue escasa y poco fidedigna. La información cualitativa nos serviría para desarrollar talleres con ambos grupos por separado (16 asistentes en los talleres de productores; 12 entidades asistentes en los talleres de consumidores), en los que se priorizasen problemáticas y propuestas de acción en común entre producción y consumo. Una vez realizada esta tarea, se realizó un taller conjunto en el que se decidirían las propuestas a desarrollar, ya fuesen en común (producción-consumo) o por cada actor por separado. El Grupo Motor optó por darle prioridad a las primeras.

Se constató la gran cantidad de iniciativas existentes, su elevada dispersión, su pequeño tamaño y su escasa organización. Se comprobó que las relaciones comerciales entre producción y consumo no seguían lógicas definidas (como la cercanía espacial), sino que más bien se establecían en función de aquellos actores con los que se habían entrado en contacto desde un primer momento. También se comprobó la existencia de muy diversos modelos. En cuanto al consumo, GGCC individuales; redes de GGCC (Coordinadora de GAK y Red Autogestionada de Consumo); entidades que agrupaban producción y consumo, con modelos diferentes (Ecosecha y Bajo el Asfalto está la Huerta); y GGCC a iniciativa de los productores. En cuanto a la producción, la mayor parte eran iniciativas individuales –familiares– de producción, con gran presencia de “neorrurales”, alguna cooperativa de producción y una cooperativa (ARAE) que reunía a productores de diversos tipos de alimentos y de un mismo territorio (Castilla y León).

Los resultados de la encuesta fueron diferentes para producción y consumo, lo cual definió los contenidos de los talleres con cada uno de los grupos. En cuanto a los productores, los resultados de la encuesta se centraron, en general, en los siguientes aspectos: en torno a la desorganización en el sector y la necesidad de articular formas de coordinación y apoyo mutuo entre agricultores; en relación con la comercialización y las relaciones entre producción y consumo (logística y transporte, planificación conjunta de las producciones, intercambio de excedentes, creación de nuevos grupos de consumo y concertación de precios), y con aspectos exclusivos de la condición de la producción (formación, compra colectiva de insumos y maquinaria, y presión política para adaptar a los CCC la normativa higiénico-sanitaria). Sin embargo, también surgieron con fuerza aspectos relacionados con la promoción del consumo (difusión e información sobre la alimentación ecológica y formación del consumidor en el compromiso), para lo cual se veía necesaria la coordinación entre productores y entre estos y el consumo.

**Figura 13.1. Priorización de problemas en el taller de productores. En gris, los “problemas centrales”; y en negro, los “problemas llave”, de los que salen las flechas de relación causal**



En el primer taller con productores se priorizaron estos temas en un taller participativo<sup>146</sup>, en el cual los “problemas centrales” (o sensibles) fueron la necesidad de promoción del consumo y de más grupos de consumo; y sin duda, los “problemas llave” (aquellos que aparecían como causas de otros problemas) resultaron aquellos de carácter más sinérgico y accesible con los recursos propios, fueron el apoyo entre productores y la coordinación con el consumo (Figura 13.1). El resultado del taller se discutió en base a la pregunta: “¿Para cuál de estos temas os volveríais a reunir?”, de cuya respuesta surgieron como las más valoradas aquellas acciones relacionadas con la formación hacia los consumidores, la coordinación de producción y distribución y la cooperación para llegar a consumidores no integrados en los actuales grupos de consumo.

En un siguiente taller se discutió acerca de las propuestas a llevar a la reunión conjunta con grupos de consumo, centrándose el debate en la formación hacia los consumidores, por ser una actividad realizable con pocos recursos y con riesgos e inversiones muy reducidas para los productores. Esta línea de trabajo nos ayudaría a ir generando la confianza necesaria para emprender acciones más comprometidas, tales como la coordinación de las producciones, sin asumir grandes compromisos. Los productores resaltaron la necesidad de promover un consumo que ellos “puedan controlar”, en la medida en que sus propias redes productivas y logísticas pudiesen absorber el nuevo consumo generado, de forma que este no migrase a otros circuitos tales como las grandes superficies.

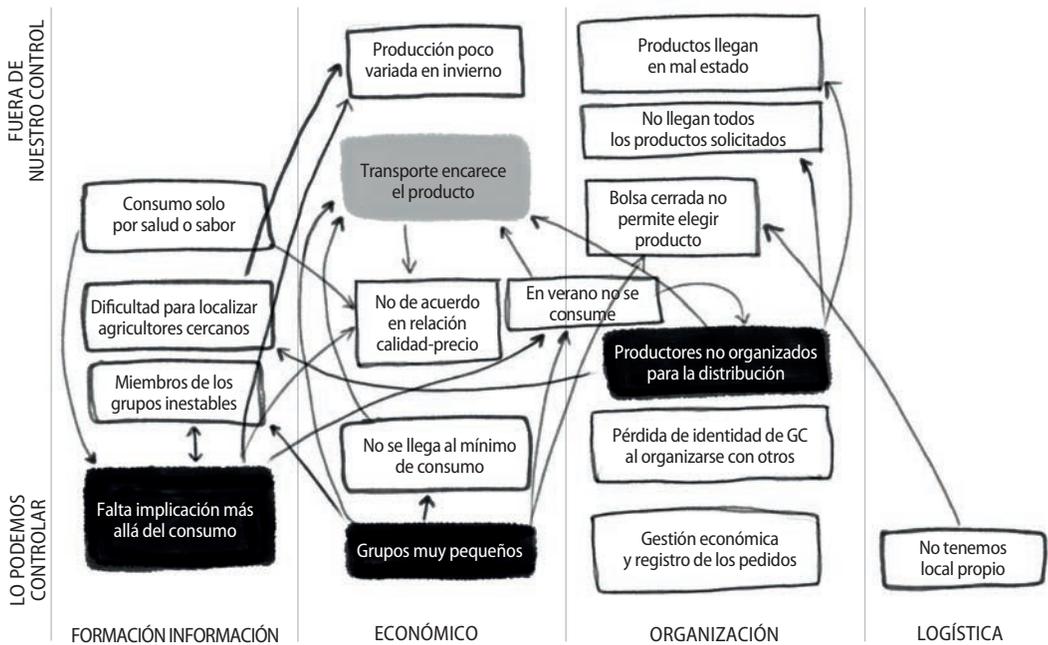
Respecto al consumo, las encuestas mostraron un bloque importante de problemáticas relacionadas con la falta de compromiso de los miembros de los grupos de consumo, su inestabilidad y el vacío de consumo durante el verano (figura 13.2). En segundo plano aparecían cuestiones relativas a las relaciones con los productores,

146 Para la técnica del “flujograma”: CIMAS (2012), “Manual de metodologías participativas”, disponible en: [http://www.redcimias.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimias.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf).

como su escasa organización, que dificultaba los pedidos y el transporte; el desacuerdo en los precios, la calidad y la diversidad de los productos, especialmente en invierno; los desajustes entre lo que se pide y lo que se recibe por parte del productor; así como, en algún caso, el rechazo del sistema de “cesta fija”. Por último, aparecían cuestiones de tipo logístico y organizativo, tales como la dificultad –o la falta de recursos– para encontrar un local de reparto, el escaso tamaño de los grupos –y el consiguiente encarecimiento del transporte– y la mala gestión económica en los grupos.

Estas problemáticas se organizaron por medio de un flujograma a lo largo de dos talleres participativos, tal y como se muestra en las figuras 13.1 y 13.2. En dicho flujograma podemos observar cómo el “problema central” definido fue el encarecimiento del producto por los costes de transporte, mientras que los “problemas llave” fueron la escasa implicación de los miembros de los grupos de consumo, el escaso tamaño de los grupos de consumo y la falta de organización entre los productores para la organización. Al cruzar ambos flujogramas (producción y consumo) aparecían importantes complementariedades entre las visiones de ambos actores, que se centraban en la necesidad de mayor sensibilidad y formación del consumidor y de organización entre los productores. Por lo tanto, esos dos temas serían los que se tratarían en el taller conjunto, denominado “La Rehuerta”, en enero de 2010.

**Figura 13.2. Priorización de problemas en los talleres de consumidores.**  
 En gris, los “problemas centrales”; y en negro, los “problemas llave”,  
 de los que salen las flechas de relación causal



Dicho taller, de convocatoria abierta, contó con una asistencia muy numerosa, tanto de productores como de miembros de grupos de consumo. En un primer momento se realizó un “juego de rol” para tratar el desconocimiento mutuo, detectado por el Grupo Motor del proceso, de las problemáticas y dificultades cotidianas de cada uno de los extremos de los CCC, que fue valorado de forma muy positiva por producción y consumo. Más tarde, el Grupo Motor lanzó la propuesta de que las personas asistentes se reuniesen en pequeños grupos estructurados por zonas de la Comunidad de Madrid, para conocerse entre ellos y constituir grupos mixtos –producción/consumo– que elaborasen un plan de acción para el año 2010 en el que se difundiese la iniciativa de los grupos de consumo y se apoyase la formación de nuevos grupos. Se constituyeron cinco grupos de trabajo de zonas y definieron un primer esquema de planes de trabajo de zona. Por último, el Grupo Motor lanzó la propuesta de agrupar en un espacio temporal concreto –mayo de 2010– las muchas actividades de difusión y promoción de la agroecología que los grupos presentes (y otros no presentes) realizaban cotidianamente, en lo que se denominaría la “Primavera Agroecológica”. La ISA-M se comprometía a realizar la difusión conjunta de dichos actos.

La apuesta del Grupo Motor por la difusión y la promoción seguía la línea de empezar por acciones que requiriesen de pocos recursos y mostrasen escasos riesgos, para ir generando confianza y motivación hacia la coordinación, sin mayores tensiones. Las actividades integradas en la “Primavera Agroecológica” fueron más de treinta en toda la Comunidad de Madrid, y los grupos de zona desarrollaron una amplia actividad de apoyo a la creación de nuevos grupos de consumo y difusión de la soberanía alimentaria. En el siguiente Foro Social Mundial de Madrid (2011) se evaluó la marcha de los distintos grupos de zona; y si bien algunos habían mantenido una actividad muy baja, todos habían funcionado. En algunos casos (como el grupo del centro de Madrid, que mostraba una fuerte actividad ya antes del proceso de La Rehuerta) se había avanzado incluso en la realización de pedidos conjuntos entre distintos grupos de consumo, y se habían afianzado las jornadas anuales de Agroecología del barrio de Lavapiés. A su vez, nuevas iniciativas apoyaron la iniciativa de ISA-M, con blogs de difusión del tema, o como el caso del colectivo Decrecemadrid y su mapeo de experiencias agroecológicas<sup>147</sup>.

El desarrollo de este tipo de iniciativas existente hoy en día en la Comunidad de Madrid ha sobrepasado, sin duda, la dinamización de los CCC emprendida por ISA-M, con la incorporación de nuevos contenidos y actores, y con un fuerte crecimiento de grupos de consumo y de otras modalidades de CCC. Pero sin duda esta fuerte dinámica que hoy observamos en el consumo agroecológico en Madrid fue catalizada en su momento por la acción estructurada de la ISA-M en torno a los encuentros de La Rehuerta. No fue posible, sin embargo, avanzar al mismo ritmo desde el lado de la producción, ya que los debates acerca de un centro logístico compartido no desembocaron en acciones concretas; y después de tres reuniones más, no se convocaron más encuentros entre productores. El requerimiento de

---

147 [www.sindominio.net/wp/decrecimientomadrid/](http://www.sindominio.net/wp/decrecimientomadrid/).

importantes inversiones para la logística, o del compromiso entre iniciativas acostumbradas a trabajar de forma aislada, dificultó un mayor avance, así como la falta de fuerzas en una iniciativa, la ISA-M, sostenida con trabajo militante.

### **Ecos del Tajo y Ecomercio-Extremadura: abriendo el mercado interior extremeño de alimentos ecológicos**

El primer taller de Ecomercio-Extremadura (EE), en noviembre de 2009, se construyó con el objetivo de introducir de manera regular alimentos ecológicos de Extremadura en establecimientos de restauración colectiva de la región. Para ello se invitaron experiencias de referencia y se debatió en talleres participativos, de forma separada (producción- consumo) acerca de la pertinencia de dicha propuesta, resultando como fortalezas más señaladas por ambos actores la creciente tendencia del consumo hacia los alimentos ecológicos; el resultar una respuesta acertada a la crisis; la relación directa entre productores (9) y consumidores (12 entidades), y la mayor apertura de los productores hacia los CCC. Como obstáculos se mencionaron, en primer lugar, la falta de apoyo institucional, la falta de articulación del sector (remarcado especialmente por los productores) y el desconocimiento del consumo acerca de los alimentos ecológicos. Como principales medidas propuestas surgieron el crear una red de productores ecológicos al respecto, así como una red de actores sociales que apoyasen los objetivos planteados.

Al segundo taller (diciembre de 2009) asistieron 10 productores y 4 entidades relacionadas con la promoción del consumo de alimentos de calidad. Los primeros analizaron diversas formas de organización entre productores ecológicos para los CCC y señalaron la necesidad de emprender acciones concretas para el inicio de la comercialización conjunta. En cuanto al consumo, las entidades presentes analizaron los pormenores de la comercialización directa a restaurantes y comedores escolares, determinando la propuesta de buscar el apoyo de la administración regional.

En el tercer taller (marzo de 2010) se trató de avanzar hacia la realización de acciones concretas. En el taller de productores (9 asistentes) se trataron de determinar aquellos aspectos sobre los que resultaba necesario profundizar en el análisis, de cara a lanzar proyectos piloto de restauración colectiva ecológica, y se analizaron las rutas de distribución para los CCC ya existentes en Extremadura, al estimarse los aspectos logísticos como uno de los límites centrales al desarrollo de la iniciativa. En el taller de entidades de promoción del consumo (6 asistentes) se discutió las posibles formas de difundir la red Ecomercio-Extremadura. Al finalizar la sesión se constituyó la Mesa Extremeña por la Restauración Colectiva Ecológica, y se eligieron representantes desde la producción y el consumo.

En el cuarto taller (julio de 2010), ya dentro del proyecto Ecos del Tajo, el grupo de productores (5 asistentes) señaló la necesidad de emprender acciones concretas, se analizaron diversas posibilidades de proyectos piloto y se establecieron criterios para priorizarlos: que absorban la heterogeneidad de producciones presentes en la red "Ecomercio Extremadura" y que se comience por un proyecto pequeño, de demanda regular y definida durante todo el año. En este sentido, se optó por lanzar un proyecto piloto con residencias de titularidad pública abiertas todo el año

(geriátricas o de otro tipo), y en segundo lugar, restaurantes y centros públicos de formación con cocina de gestión directa. En el medio plazo, se veían como muy interesantes los mercadillos de productores. El taller de consumo (2 personas) discutió una propuesta concreta existente en relación con una residencia concertada.

Al quinto taller (marzo de 2011) solo se convocó a productores (8 asistentes), debido a la escasa actividad desarrollada desde el consumo. En él se evaluó la participación de algunos productores de la red EE en la Feria Extremeña de la Agricultura Ecológica (Extremabío 2010), y se discutieron aspectos de funcionamiento interno de la red. También se discutieron las posibilidades de emprender proyectos piloto en comedores escolares de las comarcas de ejecución del proyecto Ecos del Tajo.

El sexto taller, también exclusivo de productores (12 asistentes), volvió a priorizar posibilidades de proyectos piloto, y en concreto se discutieron aspectos técnicos del primer proyecto piloto que se había lanzado: la I Semana del Consumo Social Ecológico, en Cáceres, que llevaría alimento ecológico extremeño, directamente desde los productores de la red Ecomercio y durante una semana, a 470 comensales de 6 centros públicos distintos. Los aspectos discutidos fueron: la definición de precios comunes, los criterios de calidad, el compromiso de abastecimiento prioritario para el proyecto piloto, y el reparto de producto demandado para aquellos productos con más de un proveedor. Finalmente, en octubre de 2011 el proyecto piloto se realizó, con un escaso aporte de los productores miembros de la red EE (en cuanto a cantidad y variedad de producto suministrado), por lo que fue necesario recurrir a distribuidoras para abastecer a los comedores.

La red Ecomercio-Extremadura no terminó de cuajar en una estructura ni acciones estables, como pretendía. A su vez, el trabajo de definición de las formas y objetivos a adoptar por la red fue largo y no llegó a concretarse. Quizá este objetivo de inicio resultó ser demasiado ambicioso, y las acciones concretas desarrolladas no llegaron a motivar lo suficiente para mantener la red una vez que finalizó la financiación. Sin embargo, a partir de aquel proceso diversas pequeñas iniciativas de concentración de la oferta de alimentos ecológicos fraguaron en Extremadura, promovidas por los propios productores y más localizadas en las comarcas con mayor desarrollo de las fórmulas de CCC ligados a la producción ecológica –las sierras del norte de Cáceres y otras–. Estas iniciativas han desarrollado de forma autónoma sus propios CCC, en base a la restauración colectiva, la creación de mercadillos de productores y otras formas. A su vez, organizaciones como Extremadura Sana<sup>148</sup> y Ecologistas en Acción de Extremadura, de forma coordinada, pero ya fuera del proyecto Ecomercio Extremadura, continuaron realizando un importante esfuerzo de creación de nuevos grupos de consumo y otros tipos de CCC en la región, hasta el punto de haber creado cuatro nuevos grupos en 2011.

---

148 <http://extremadurasana.blogspot.com.es/>.

## **Tejer agroecología: cómo avanzar en la promoción territorial de los CCC**

Estos dos proyectos han tratado de construir espacios de encuentro entre la producción y el consumo en los CCC, desde diferentes puntos de partida y contextos, y por medio de diferentes estrategias. En cada uno de ellos, los actores que han resultado más dinámicos son distintos, quizá, precisamente, a la mayor concentración de uno u otro en cada territorio. El consumo fue el principal motor del proceso en un territorio urbano y consumidor –la Comunidad de Madrid–. Y la producción jugó ese papel en un territorio productor y poco poblado –Extremadura–. En ambos casos, las iniciativas que han resultado exitosas se han basado en la cercanía espacial y en el inicio de acciones de objetivos muy limitados y basadas en los recursos propios. El caso de la Primavera Agroecológica en Madrid resulta paradigmático en este sentido, con un gran impacto de difusión en un territorio amplio y muy densamente poblado, comprometiendo recursos (nunca monetarios) tan solo de cara a la centralización de la información sobre actividades que ya estaban siendo realizadas. A partir de las confianzas construidas en la cercanía se han ido configurando proyectos de mayor calado.

Los dos proyectos han resultado útiles para visibilizar las experiencias existentes y poner en contacto a actores que más adelante han continuado la colaboración más allá del proyecto. En este sentido, las metodologías participativas muestran un acierto inicial, al permitir la reflexión y el encuentro entre actores, necesarios para lanzar complicidades que permitan la acción conjunta.

En los dos casos, las principales necesidades expresadas por los actores implicados han sido la estructuración y la organización del sector productor y una mayor promoción del consumo. La organización entre productores solo se ha producido en espacios exclusivos de productores, a su ritmo y según sus propias claves, superando la intervención de los equipos dinamizadores, si bien esta intervención ha sido reconocida y valorada como dinamizadora de los procesos. En cuanto a la promoción del consumo, la línea estratégica ha sido avanzar en la creación de espacios de consumo a una escala y en formas que se puedan controlar por parte de las estructuras de CCC preexistentes, tal y como manifestaron los productores del proceso de ISA-M. Por ello, estos esfuerzos se están centrando en los dos casos en el desarrollo de nuevos grupos de consumo y mercadillos de productores, así como en algunos puntos de venta colectivos –promovidos por productores–, en el caso de Extremadura.

Los proyectos ligados al consumo social, en comedores colectivos de instituciones públicas o privadas (en el caso de Madrid), están siendo desarrollados en la actualidad por entidades ajenas a la producción –pequeñas empresas cooperativas de servicios en el sector ambiental y rural–. Estas experiencias incipientes muestran un compromiso bajo por parte de los productores y un fuerte trabajo técnico de coordinación por parte de las entidades promotoras. Requieren de una concentración importante recursos para la gestión, y eso ha llevado a su profesionalización:

una oferta de producto amplia, estable y variada y, sobre todo, una fuerte labor de coordinación en la concentración de la oferta<sup>149</sup>. A pesar de que los productores han manifestado una profunda preferencia por este tipo de CCC, de cara a llegar a la gente que “no está en los grupos de consumo y que nunca va a estar en ellos” y a la estabilidad de consumo que ofrecen. Especialmente, en aquellos centros que no sufren el parón estival.

En cuanto a la aplicación de las metodologías participativas, se han revelado de gran potencia en la dinamización de los debates y en la articulación y convergencia de estrategias colectivas para la promoción de los CCC. Sin embargo, estas metodologías deben estar en equilibrio con las acciones concretas que se van realizando, de cara a alcanzar objetivos parciales que justifiquen el esfuerzo que supone para las personas participantes. Alcanzar un equilibrio entre la reflexión y la acción resulta clave para generar el compromiso necesario para avanzar en los procesos de acción social colectiva. Y en este sentido, el papel del técnico investigador se mezcla con el del técnico dinamizador que ha de construir las condiciones –materiales y subjetivas– necesarias para que se tomen decisiones y, si se acierta en ellas, los cambios ocurran.

El carácter profesional o militante de la investigación va a determinar en gran medida su desarrollo. En investigaciones militantes, los ritmos vendrán marcados por el propio proceso y será posible dejar espacio para una verdadera construcción participativa de los objetivos y formas de la investigación-acción. Sin embargo, la precariedad nos empujará a menudo hacia procesos superficiales o discontinuos, que dependerán de un gran esfuerzo por parte de un grupo de activistas. En último término, estos procesos dependerán directamente de los éxitos cosechados para mantener su continuidad.

Por su parte, la posibilidad de financiación permitirá una mayor holgura en el trabajo de dinamización, pero puede lastrar el proyecto desde su inicio, al establecer tiempos y objetivos forzados en relación con los intereses y capacidades de las personas y entidades participantes. Una combinación de ambos acercamientos a la dinamización de los CCC puede ser interesante en procesos promovidos “desde dentro” del propio movimiento de los CCC. En aquellos procesos lanzados desde las administraciones o entidades ajenas a este movimiento, será necesario contar con el apoyo de actores “internos” que puedan traducir y establecer puentes entre *dentro* y *fuera*, por ejemplo, a través del Grupo Motor. Ya que, como hemos comentado, son las redes sociales de confianza lo que constituye los CCC. Y estas redes son difíciles de construir tan solo con trabajo técnico y espacios temporales limitados.

---

149 Por ejemplo, en el caso de la cooperativa GARUA, como asistencia técnica para el proyecto de introducción de producto ecológico y local en los comedores de los centros educativos de la Fundación Hogar del Empleado, a partir de 2013.

## 14 Retos para la construcción de redes alimentarias alternativas en el ámbito local

El presente apartado es una síntesis de las conclusiones obtenidas con ocasión del II Seminario Internacional de Experiencias en Circuitos Cortos de Comercialización<sup>150</sup>. El seminario fue organizado por Ecologistas en Acción en octubre de 2013 en Estella-Lizarra (Navarra), y en él participé como coordinador junto con Ester Montero, compañera del grupo local de Ekologistak Martxan de Lizarra, del Área Confederal de Agroecología de Ecologistas en Acción y de unas cuantas cosas más. El título del evento fue “Agroecología y Soberanía Alimentaria, hacia modelos alimentarios basados en la comunidad”.

En 2010 Ecologistas en Acción organizó en Córdoba el I Seminario Internacional de Experiencias en CCC<sup>151</sup>, con un importante impacto en el ámbito estatal. Entre aquella primera edición y la segunda, las redes de CCC han crecido y se han diversificado y fortalecido: se multiplican los grupos y cooperativas de consumo, así como los mercadillos en los medios rural y urbano; las redes de productores/as volcados en los CCC cada vez son más fuertes y estructuradas, y en numerosos territorios se han creado redes de producción y consumo que promueven la creación de nuevos CCC desde la sociedad civil. En esta segunda edición del seminario pretendíamos incorporar todo este crecimiento del sector y definir nuevas formas de avanzar y ser más, desde nuestras pequeñas iniciativas locales. Y esto a través de los siguientes objetivos:

- Visibilizar y fortalecer las redes de producción y consumo de alimentos ecológicos en el Estado español.
- Compartir experiencias entre redes y construir nuevos conocimientos, especialmente en torno a la coordinación y organización entre producción y consumo.

---

150 Se puede encontrar una información más amplia, así como el documento completo de conclusiones del seminario, en <http://www.ecologistasenaccion.org/article26545.html>. Agradezco su trabajo y participación en el encuentro a todas las personas asistentes, y a las personas que de forma desinteresada nos ayudaron en las relatorías y la dinamización de los talleres. También a los y las compas de Ecologistas en Acción y Ekologistak Martxan-Lizarra que se implicaron en la preparación y desarrollo del evento, y especialmente a Ester Montero, con quien tuve el placer de compartir la coordinación del mismo.

151 [www.ecologistasenaccion.org/article19117.html](http://www.ecologistasenaccion.org/article19117.html).

- Conectar las redes estatales con la incipiente red europea de Agricultura Apoyada por la Comunidad, en el entorno de la red internacional Urgenci<sup>152</sup>.
- Debatir acerca de posibles políticas públicas para el fomento de la agroecología y la soberanía alimentaria.

Al seminario asistieron unas 150 personas, representantes de al menos 55 iniciativas agroecológicas vinculadas a los Circuitos Cortos de Comercialización, incluidos los 15 proyectos que fueron invitados para realizar ponencias. Estas personas provenían de 12 comunidades autónomas, lo que suponía una representación bastante extensa del panorama estatal. El seminario se compuso de visitas a fincas, ponencias generales, mesas redondas de experiencias y talleres participativos en los que se trabajó acerca de los retos presentes y de futuro para el fortalecimiento y la expansión de los CCC en el Estado español. Todo ello, desde una perspectiva centrada en las redes alimentarias alternativas de ámbito regional, que articulan producción y consumo. En las siguientes páginas recogeremos tan solo las principales conclusiones de los talleres participativos.

## **1 Retos para el desarrollo de los CCC desde la perspectiva de los distintos actores**

Los talleres se enfocaron desde una perspectiva de actor, en los que se diferenciaron tres tipos: producción, consumo y entidades e instituciones para el fomento de los CCC. En cada uno de los talleres, que se realizaron de forma paralela, la estructura de trabajo fue similar. Cada uno de ellos se abrió con microponencias de cinco experiencias de interés en el ámbito de cada taller, exponiendo los retos que percibían para el desarrollo de los CCC desde su trayectoria particular. Seguidamente, se extrajo de las ponencias un listado de retos, que se completó con el público asistente. Por último, el listado de retos se trasladó a un mapa de ideas, en el cual se establecieron relaciones causa-efecto entre unos retos y otros. Estos se ordenaron en función a la capacidad de cada actor para intervenir en la superación de cada reto. Esta técnica, denominada “flujograma”<sup>153</sup>, permitía priorizar problemas en función de su carácter sinérgico y de la capacidad para intervenir sobre ellos desde la autoorganización. Permitía, de alguna forma, responder colectivamente a la pregunta: “¿Por dónde empezamos a trabajar?”.

### **1.1 Grupo de Trabajo “Políticas y entidades para el fomento de los Circuitos Cortos de Comercialización”<sup>154</sup>**

Este grupo de trabajo contó con una asistencia de 26 personas y con las aportaciones de cinco experiencias:

152 <http://www.urgenci.net/>.

153 Mediante la técnica del “flujograma”: CIMAS (2012): “Metodologías participativas. Manual”. Disponible en [http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)

154 La facilitación de este taller fue realizada por Arrate Cortés y Ainara Moreno, y la relatoría por Ascensión Navalón.

- Espai Tomate, experiencia de cocina comprometida impulsada por La Caseta de la Coma del Burg, en el Pirineo leridano.
- Red Terrae, impulsada en el ámbito estatal por diversos municipios y redes de municipios.
- Red Nekasarea, de producción y consumo, impulsada por la Organización Profesional Agraria EHNE-Bizkaia.
- Fundación Emaús, para explicar sus campañas de fomento de la compra pública con criterios de soberanía alimentaria.
- Mercado Agroecológico de Zaragoza, impulsado por diversas organizaciones sociales (UAGA-COAG, CERAI, Ecologistas en Acción y otras) y apoyado por el Ayuntamiento.

Muchos de los problemas expuestos en las microponencias eran comunes y se repetían en las diferentes experiencias. Por ello, las facilitadoras se encargaron de resumirlos y reformularlos –tratando de conservar el lenguaje original– para exponerlos después al resto del grupo y validar su utilización para el flujograma:

- Limitaciones legales en cuanto al uso de los bienes públicos: espacios y recursos.
- Limitaciones legales dentro del paquete higiénico-sanitario.
- Falta de consolidación de los proyectos productivos.
- Dificultad conceptual de los términos manejados por las organizaciones.
- Apropiación de conceptos por parte del sistema.
- Desconocimiento de las administraciones y organizaciones sobre la legislación (por ejemplo, compra pública).
- Dificultad al introducir los criterios de soberanía alimentaria en la contratación pública.
- Falta de voluntad política para el fomento de las pequeñas producciones.
- Falta de cultura participativa de transformación en el seno de nuestras organizaciones.
- Ritmos discordantes entre las administraciones y las organizaciones.
- Falta de corresponsabilidad entre los diferentes actores.
- Desequilibrio entre oferta, demanda y planificación.
- Oposición del pequeño comercio a ciertas iniciativas.
- Demonización de la distribución.
- Miedo en las administraciones públicas.

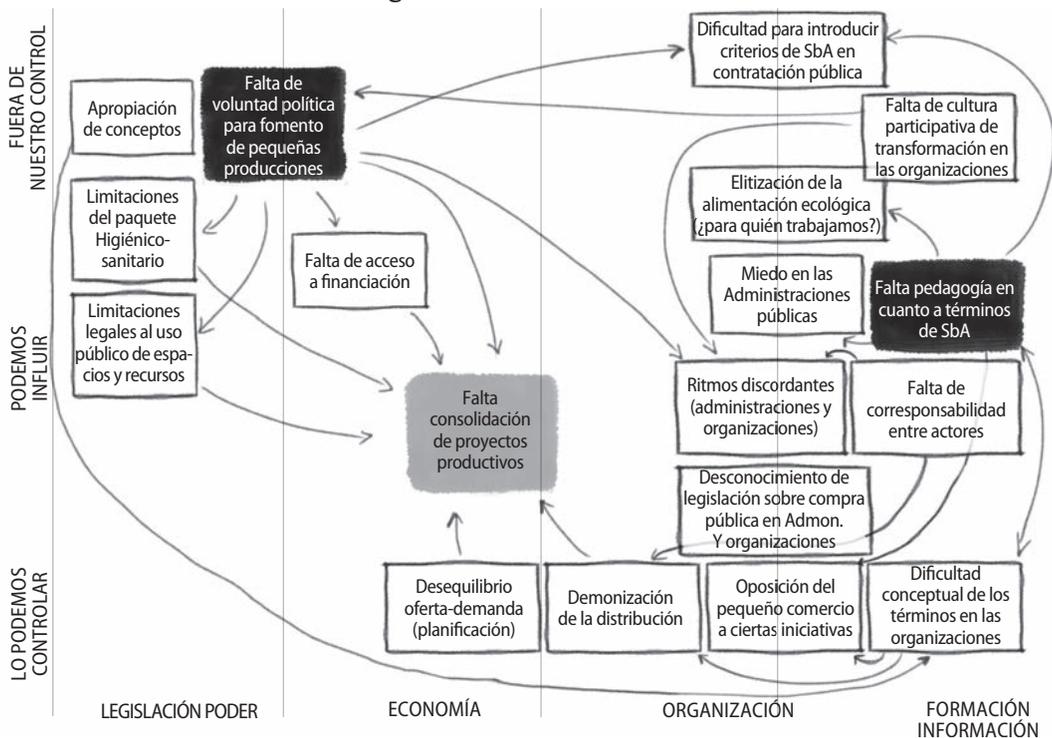
Tras exponer estos problemas, el grupo de personas participantes añadió los siguientes:

- Falta de acceso a la financiación.
- Elitización de la alimentación agroecológica (“¿Para quién trabajamos?”).
- Falta de pedagogía en cuanto a términos relacionados con la soberanía alimentaria.

Estos elementos se organizaron en un mapa de ideas de tipo “flujograma” (figura 14.1), en función de la capacidad de las organizaciones representadas por

las personas asistentes de intervenir sobre cada problemática (eje vertical) y en función de distintos aspectos de la realidad compartida (eje horizontal). Una vez situadas todas las problemáticas en el papel, se establecieron relaciones causa-efecto entre ellas, mediante flechas que partían de problemas-origen y llegaban hasta otros problemas que podrían ser efecto de los primeros.

**Figura 14.1. Relaciones causa-efecto entre las principales problemáticas para el desarrollo de los CCC identificadas por el Grupo de Trabajo de “organizaciones e instituciones”**



En el flujograma se identifica como nudo crítico *la falta de consolidación de proyectos productivos* como tema sensible (más flechas o relaciones entrantes –efecto– que salientes –causa–), aquel que está más influenciado por el resto de temas. Es, además, este el tema que constituye la meta de la mayoría de los proyectos de nuestras organizaciones. Pero al ser efecto de muchos otros problemas, y un reto dependiente de gran número de factores, quizá resultaría más positivo iniciar el trabajo por retos que sean causa de otros, y que quizá se sitúen más cercanos a nuestras áreas de control. Para ello se identificaron tres “problemas llave” (en los que las flechas entrantes superan a las salientes), aquellos que tienen el poder de influir sobre el resto y que, al dirigirles nuestra atención, nos llevarán a facilitar la superación de otros. Estos han sido:

*Falta de pedagogía en la transmisión de los términos relacionados con la soberanía alimentaria*, problema que depende de las organizaciones y que, por lo tanto,

podemos controlar y trabajar. Mejorar nuestra comunicación con la sociedad y con la administración dará lugar al conocimiento de nuestra propuesta de cambio social y la generación de nuevas alianzas.

*Falta de cultura participativa de transformación en nuestras organizaciones.* Influye en otros problemas, como, por ejemplo, en la falta de voluntad política para apoyar nuestras iniciativas. En este problema hubo mucho conflicto a la hora de posicionarlo en la matriz del flujograma, ya que había personas que pensaban que podíamos influir –puesto que se hablaba de nuestras organizaciones–, y otras que pensaban que era un proceso muy a largo plazo y por ello no podíamos influir.

*Falta de voluntad política en el fomento de las pequeñas producciones.* Influye sobre otros problemas, como son las limitaciones en la legislación higiénico-sanitaria, en el tema de financiación de ciertos proyectos o en modificaciones de normas, como podría ser la celebración de mercadillos, aspectos que a veces son claves para la lograr la consolidación de nuestros proyectos.

Si nos fijamos en la matriz, también llama la atención que todos los problemas se han posicionado por debajo de la línea de fuera de control. Ello indica un empoderamiento de nuestras organizaciones a la hora de seguir trabajando y enfrentar nuevos retos. Además, la mayoría de los problemas se posicionan en los sectores de organización y formación. En este sentido, de nuevo se identifican nuestros ámbitos de cambio como algo cercano y accesible, si somos capaces de asumir el esfuerzo de la autocrítica y de enfrentar las expectativas de mejora.

## **1.2 Grupo de Trabajo “Redes de producción para los CCC”<sup>155</sup>**

Al taller se presentaron 53 personas de distintas partes del Estado español, en su mayoría, agricultores/as y ganaderos/as. También participaron algunas personas vinculadas con el sector en el papel de técnicas de entidades. Los territorios de origen fueron Nafarroa, Euskadi, Aragón, Catalunya, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, País Valencià y La Rioja. Se comenzó con las microponencias de las distintas iniciativas, explicando su forma de funcionamiento, su trayectoria y situación actual y los retos que consideran para el presente y futuro de los CCC.

- Karrakela. Cooperativa de productores de vacuno ecológico en Navarra.
- Trigo Limpio. Cooperativa de ganaderos ecológicos en Navarra.
- Xarxeta de Pagessos/as Agroecològics de Catalunya. Red de productores ecológicos de diversas producciones, de ámbito catalán, para la comercialización en CCC.
- Aigua Clara. Cooperativa de productores/as hortofrutícolas ecológicos de Valencia.
- Despensa Natura. Agrupación de productores/as ecológicos/as de diversas producciones en la provincia de Cuenca.

---

<sup>155</sup> La facilitación de este taller fue realizada por Daniel López y Abel Esteban, y la relatoría por Marta Soler.

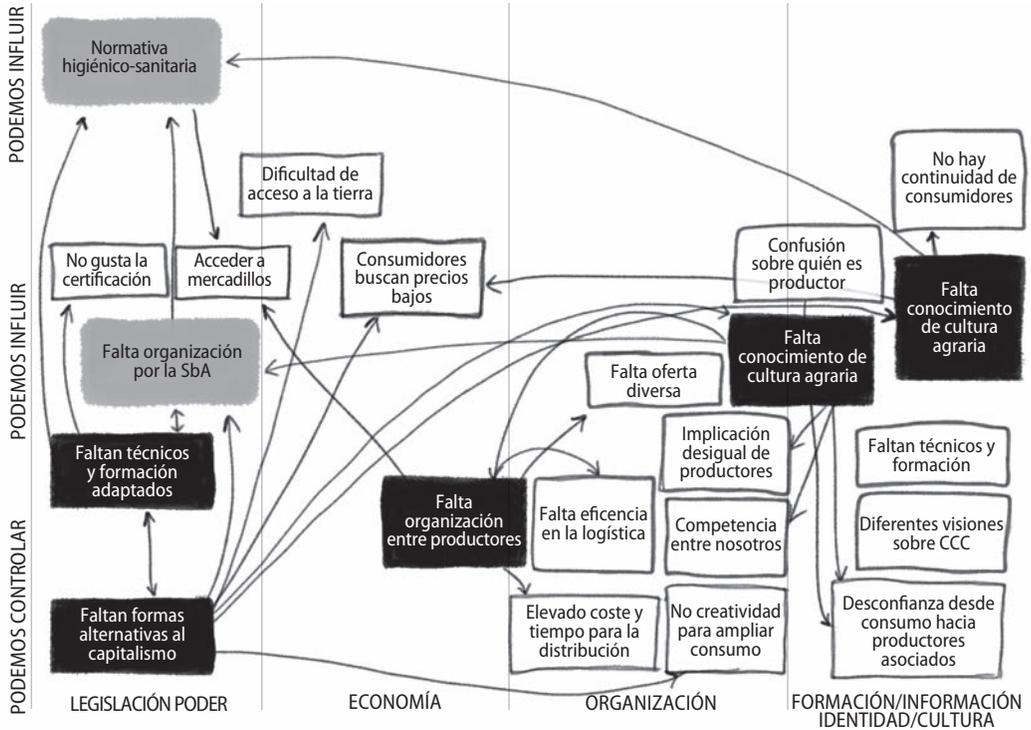
Tras la presentación de las cinco experiencias antes citadas, se abre un turno de puesta en común e identificación colectiva de retos. Se identifican un total de 25 retos:

- Falta de organización de productores/as.
- Miedo a cooperar/organizarse más.
- La distribución es un trabajo que lleva tiempo y dinero para el/la productor/a.
- Faltan productos para poder garantizar una oferta diversa y completa.
- Normativa higiénico-sanitaria (sobre todo, en carne) muy exigente.
- Productos tradicionales adaptados localmente (cordero, potro) sin consumo local.
- Difícil acceso a los mercados locales.
- Falta de formatos novedosos para llegar a nuevos/as consumidores/as.
- Competencia entre productores por demanda insuficiente en un territorio.
- Mensaje confuso sobre quién es productor.
- Mensaje confuso sobre quién hace ecológico.
- Falta de continuidad en el consumo.
- Consumidores que buscan menores precios.
- Falta de conocimiento de la realidad agraria por parte del consumo.
- Consumidores/as que desconfían de “productores agrupados”, que se ven como intermediarios.
- Implicación desigual de productores en las asociaciones.
- Administración que no apoya o dificulta a pequeños productores/as.
- Faltan técnicos con formación agroecológica y en soberanía alimentaria, así como en pequeñas producciones, que puedan asesorar y cambiar la actitud de la administración pública.
- Falta de eficiencia en la logística (almacenamiento).
- Falta de creatividad en formas nuevas distintas a las convencionales.
- Diversidad de motivaciones y objetivos de los productores (precios, modelo de sistema agroalimentario...). Diversidad de visiones de los canales cortos.
- Falta de cultura cooperativa (se puede unir con el problema 2).
- Dificultades en el acceso a la tierra.
- Faltan organizaciones políticas con fuerza para defender la soberanía alimentaria.
- Dificultades en el funcionamiento de la certificación oficial.
- Faltan formas organizativas y de distribución alternativas al capitalismo.

A partir de este listado, se agrupan los problemas y se pasa a construir un mapa de ideas con ellos. Estos elementos se organizaron dentro del flujograma (figura 14.2), en función de la capacidad de las organizaciones representadas por las personas asistentes de intervenir sobre cada problemática (eje vertical) y en función de distintos aspectos de la realidad (eje horizontal). Una vez situadas todas las problemáticas en el papel, se

establecieron relaciones causa-efecto entre ellas, mediante flechas que partían de problemas-causa y llegaban hasta otros problemas que podrían ser efecto de los primeros.

**Figura 14.2. Relaciones causa-efecto entre las principales problemáticas para el desarrollo de los CCC identificadas por el grupo de trabajo de productores/as**



A lo largo del taller se abrió un debate airado en torno a cómo definir quién es productor y quién tiene derecho a producir, que no llegó a aclararse. Se debatió sobre los problemas de quienes se presentan como productores ecológicos y no lo son, así como sobre la falta de profesionalidad. No se planteaba tanto como un problema relacionado con la agricultura ejercida a tiempo parcial, sino con los criterios de profesionalidad y las condiciones que se perciben como legítimas para participar como productores en los CCC. Esto se vinculaba con una visión compartida por algunos/as asistentes que planteaban: “No estamos organizados y no tenemos suficiente mercado”; y que esa situación les creaba situaciones de asfixia económica. Por lo tanto, se planteaba como necesario organizar y estructurar la producción con unas bases claras, para desde ahí tratar de construir una demanda más amplia.

Finalmente, se definen los nudos críticos: aquellos problemas priorizados a través de la técnica del flujograma:

**PROBLEMAS LLAVE** (en oscuro): Los que tienen mayores salidas de flechas (causas), y que, por lo tanto, si se superasen, podrían facilitar la resolución de muchos otros problemas:

- Carencia de formas alternativas al capitalismo (8).
- Falta de cultura cooperativa (5).
- Falta de organización entre productores (4).
- Falta de técnicos/as agroecológicos y formación en agroecología (4).
- Falta de conocimiento de la cultura y realidad agraria (4).

PROBLEMAS SENSIBLES (en gris claro): Se identifican dos problemas sensibles (los que suelen ser más fácilmente percibidos y expresados, pero más difíciles de afrontar) que reciben el mayor número de entradas:

- Normativa/legislación higiénico-sanitarias.
- Falta de organizaciones políticas en defensa de la soberanía alimentaria.

### **1.3 Grupo de Trabajo “Redes locales para la dinamización de los CCC desde el consumo”<sup>156</sup>**

Al taller de reflexión desde la óptica del consumo asistieron 32 personas. Las ponencias que introdujeron al taller fueron:

- Plataforma de Grupos de Consumo del País Valencià.
- EcoRed Aragón: red de productores y grupos de consumo de ámbito regional.
- Red de Grupos de Consumo de Ciudad Real.
- Coordinadora de Grupos de Consumo de La Rioja.

Tras las ponencias, se pusieron en común los retos surgidos en las mismas, que se completaron y reagruparon por el público asistente en debate abierto. Los retos recogidos fueron los siguientes:

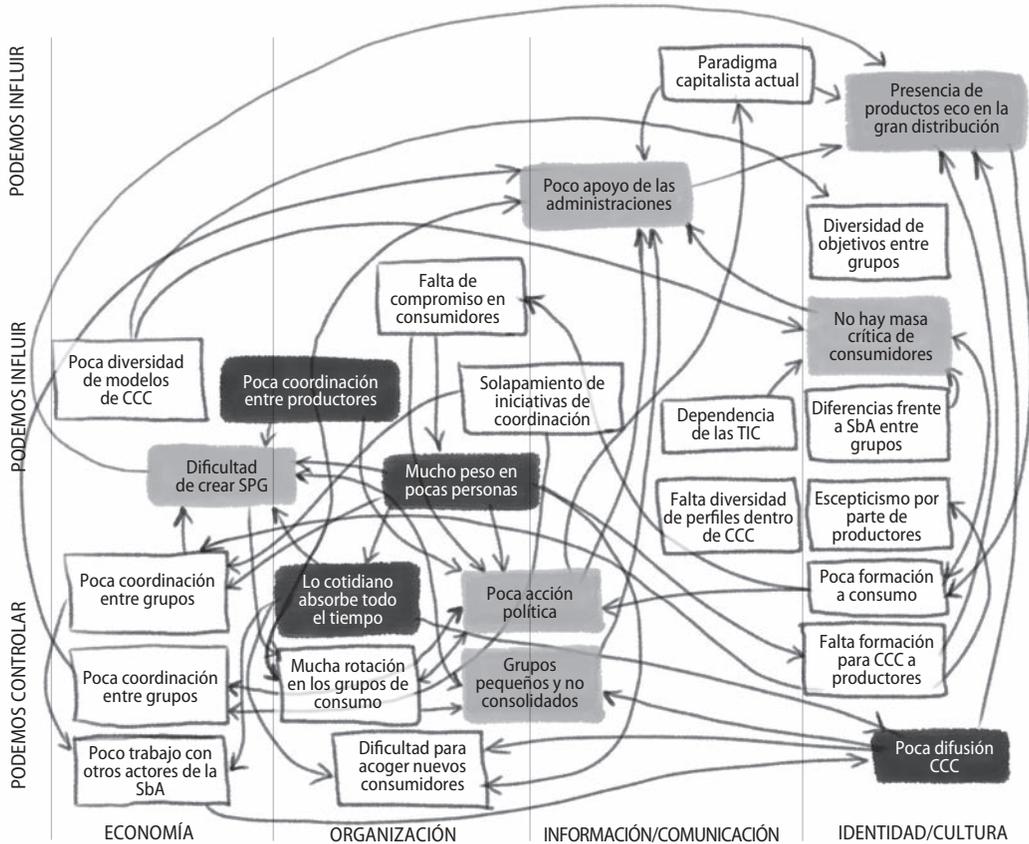
- Poca diversidad de modelos de CCC.
- Dificultad para crear sistemas participativos de garantía.
- Poca coordinación entre productores.
- Poca coordinación entre grupos de consumo.
- Poco trabajo con otros actores de la soberanía alimentaria.
- Dificultad para crear una central de compras.
- Lo cotidiano (en la gestión de los grupos de consumo) absorbe todo el tiempo.
- Mucha rotación (de socios/as) en los grupos de consumo.
- Dificultad para acoger a nuevos/as consumidores/as.
- Falta de compromiso en los/as consumidores/as.
- Mucho peso (de trabajo de gestión) en pocas personas.
- Solapamiento de iniciativas de coordinación (entre grupos de consumo).
- Poca acción política.

---

<sup>156</sup> Facilitación del taller a cargo de Guillem Tendero y Marc Badal, y relatoría a cargo de Mirene Begiristáin.

- Grupos pequeños y no consolidados.
- Poco apoyo de las administraciones.
- Paradigma capitalista actual.
- Dependencia de las TIC.
- Poca diversidad de perfiles (de socios/as) dentro de CCC.
- Presencia de productos ecológicos en la gran distribución.
- Diversidad de objetivos entre grupos.
- No hay masa crítica de consumidores.
- Diferencias entre grupos frente a (la concepción de) la soberanía alimentaria.
- Escepticismo por parte de productores.
- Poca formación a consumo.
- Falta formación a los productores sobre CCC.
- Poca difusión de los CCC.

Figura 14.3. Relaciones causa-efecto entre las principales problemáticas para el desarrollo de los CCC identificadas por el grupo de trabajo de consumidores/as



Tras el trabajo de valoración de en qué medida estos problemas están más o menos al alcance de lo que nosotras mismas podemos hacer (figura 14.3), las relaciones causa-efecto nos permitieron identificar los siguientes problemas llave (en oscuro) que impiden, desde el consumo, avanzar en el desarrollo de los CCC:

- Poca difusión de los CCC.
- Poca coordinación entre productores.
- Mucho peso en pocas personas.
- Lo cotidiano absorbe todo el tiempo.

Tras observar cuáles han sido los problemas llave identificados –según la metodología utilizada–, se procedió a analizar si los resultados obtenidos estaban ajustados o si se había echado en falta algún elemento. Así, se identificaron tres problemas llave que en un primer momento no habían sido elegidos, pero que se consideraba necesario subrayar, ya que de por sí mostraban bastantes flechas de salida en el ejercicio y se consideraban centrales según lo trabajado:

- Falta de compromiso: en este caso se consideró que los problemas “Mucho peso en pocas personas” y “Lo cotidiano absorbe todo el tiempo” han enmascarado este problema, que probablemente engloba a los dos mencionados en un primer momento.
- Poca coordinación entre consumidores: llamó la atención el hecho de que saliese identificada la falta de coordinación entre productores sin subrayar la poca coordinación entre consumidores para poder dinamizar los CCC (quizás por la cantidad de problemas identificados, por la mucha relación entre ellos, quizás por miopía, quizás como una manera de externalizar el problema desde el consumo...).
- Poca diversidad de modelos CCC: Se subrayó también este problema, por las muchas salidas que tenía, como una posible causa o posibilidad llave para dinamizar los CCC.

Respecto a los problemas sensibles (en gris claro) que podríamos abordar una vez “suavizados” los anteriores, se subrayaron los siguientes:

- Dificultad para desarrollar sistemas de garantía participativa (SGP).
- Presencia de productos ecológicos en la gran distribución.
- Grupos pequeños no consolidados.
- No masa crítica de consumidoras.
- Poca acción política.
- Poco apoyo de las administraciones.

Tras analizar el resultado, se subrayaron principalmente dos de los anteriores: la “posibilidad de consolidar los grupos” (relacionado con la rotación de los grupos,

la difusión de los CCC y la diversidad de objetivos en los grupos que no nos permiten consolidarlos) y la “activación de la acción política” (relacionada con la falta de compromiso y la vida cotidiana y la falta de tiempo).

## **2 Principales retos detectados para el desarrollo de los CCC en el Estado español y propuestas de superación**

En la sesión de conclusiones del seminario tratamos de poner en común los resultados de los tres talleres realizados el día anterior en un solo espacio. El equipo de dinamización elaboró un listado de problemáticas para el desarrollo de los CCC, tratando de integrar el listado de los problemas priorizados en cada uno de los tres talleres. El listado de problemáticas priorizadas entre los tres grupos (producción, consumo y organizaciones e instituciones) fue el siguiente:

- Falta de iniciativas, formas y modelos anticapitalistas.
- Falta de cultura cooperativa y participativa.
- Falta de conocimiento de la cultura agraria.
- Falta de organización/coordinación entre productores.
- Falta de técnicos y formación agroecológica especializados.
- Poca difusión de los CCC.
- Falta de compromiso de l@s consumidor@s.
- Poca coordinación entre grupos.
- Poca diversidad en modelos de CCC.
- Falta de pedagogía en relación con la soberanía alimentaria (SbA).
- Falta de cultura de transformación.
- Falta de voluntad política en las administraciones.

A partir de este listado, el plenario se dividió en grupos pequeños (5-7 personas) en los que se mezclaron personas que habían participado en cada uno de los tres talleres, para profundizar en algunos de los temas mediante la técnica del World-Café. En la primera ronda de debate se priorizaron algunos temas para trabajar. En la segunda ronda se trabajó sobre los temas priorizados, tratando de acordar acciones que las personas y organizaciones asistentes al seminario serían capaces de desarrollar juntas; es decir, mediante la cooperación de los tres actores sociales representados en los tres talleres del día anterior. En la tercera ronda se discutieron las posibles acciones planteadas, en función de nuestras posibilidades de conseguir resultados en el medio plazo. Los resultados obtenidos al final de estas tres rondas se muestran en la siguiente tabla (14.1).

Problemática detectada y priorizada	¿Qué somos capaces de hacer en conjunto los distintos actores (producción, distribución y organizaciones sociales) que hemos asistido al encuentro?	¿Qué resultados creemos que se podrían alcanzar a medio plazo?
<p>Carencia de labores formativas e informativas alrededor de los CCC: cultura agraria, cultura cooperativa, cultura participativa y de organización. Pedagogía sobre la soberanía alimentaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotar de mayor visibilidad a los/as productores/as.</li> <li>• Innovar en comunicación (llegar a quienes no están en nuestras redes/grupos).</li> <li>• Innovar en los formatos de las acciones de formación/comunicación.</li> <li>• Organizar intercambios para conocer mejor otras experiencias.</li> <li>• Realizar diferentes acciones de difusión/sensibilización/visibilización de experiencias preexistentes.</li> <li>• Llevar los discursos a la práctica, y volver a hacer la teoría.</li> <li>• Fomentar la formación para el acercamiento rural-urbano.</li> <li>• Generar más grupos de consumo.</li> <li>• Muchas cosas que todavía no hemos explorado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos/as consumidores/as formados comprando gracias a mercados agroecológicos consolidados.</li> <li>• Llevar la Soberanía Alimentaria y los CCC a los centros educativos (Sensibilización, experiencias de comedores escolares ecológicos) y a Hospitales, residencias y espacios de restauración colectiva.</li> <li>• Ya vamos teniendo resultados; pero si lo priorizamos podríamos tener un impacto importante en el medio plazo.</li> </ul>
<p>Falta de coordinación y organización entre productores/as, entre consumidores/as, y entre ambos grupos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con una mayor coordinación conseguiríamos ir avanzando en la superación de otros retos priorizados en el encuentro.</li> <li>• El trabajo cotidiano nos dificulta coordinarnos.</li> <li>• Crear nuevos formatos organizativos (por ejemplo, cooperativas compartidas) y compartirlos con otra gente.</li> <li>• Las organizaciones sociales implicadas con la soberanía alimentaria pueden apoyar en las labores de facilitación, "enlace" y construcción de espacios de encuentro.</li> <li>• Generar actividades de encuentro para conocernos y generar confianza y complicidad.</li> <li>• Identificar cuáles son las necesidades reales y operativas de coordinación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes consolidadas que articulan producción y consumo (por ejemplo, a través de los Sistemas Participativos de Garantía o de certificación participativa)</li> <li>• Se inician o se consolidan redes locales o comarcales de producción y consumo. A nivel local puede ser más factible conseguir resultados.</li> <li>• Se organizan encuentros periódicos de redes (producción, consumo y organizaciones) de ámbito estatal y autonómico.</li> </ul>
<p>Hay poca diversidad en modelos de CCC que se materialicen en experiencias concretas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar nuestra experiencia en los proyectos cotidianos en los que ya estamos involucrados/as.</li> <li>• Afianzar experiencias y coordinarnos más.</li> <li>• Crear puntos de encuentro entre producción, consumo, organizaciones e instituciones.</li> <li>• Crear más iniciativas mixtas (producción-consumo).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se avanza en la solución de diferentes problemáticas ligadas a los CCC</li> <li>• Facilitar el acceso de más consumidores/as a nuevas redes, para que puedan incorporarse también más productores/as.</li> </ul>
<p>Carencia de una formación adaptada a la agroecología y la soberanía alimentaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprender un proceso participativo de reflexión que identifique las necesidades de formación técnica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aparecen nuevos facilitadores de procesos vinculados a CCC.</li> <li>• Hay más técnicos con formación agroecológica y más conocimiento agroecológico disponible.</li> <li>• Hay mayor difusión de los distintos modelos posibles de CCC.</li> </ul>
<p>Faltan modelos e iniciativas radicalmente anticapitalistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desde espacios de encuentro entre producción y consumo resultaría más fácil crear este tipo de iniciativas.</li> </ul>	

### 3 Impacto social del seminario

La gran afluencia de público muestra el creciente interés que este tipo de iniciativas está alcanzando entre la población, ya sea rural o urbana. Sin embargo, en comparación con la primera edición del seminario (Córdoba, 2010), sorprende y reconforta comprobar la madurez de las experiencias y debates habidos. A su vez, llama la atención la mayor estructuración de los CCC en redes territoriales, tanto desde la producción como desde el consumo, y cuyo desarrollo fue una de las principales propuestas surgidas de la primera edición.

Cabe resaltar la importante presencia de personas productoras en el seminario –tanto ecológicas como convencionales–, que suponían más de la mitad de las personas asistentes. Este hecho señala la importancia creciente de la producción ecológica en el sector agrario estatal. A su vez, ilustra la vocación del sector de encontrar formas alternativas de comercialización que permitan precios justos para producción y consumo, y revitalizar las economías y comunidades rurales a través de un manejo agroecológico de los recursos naturales.

Las principales conclusiones de este seminario muestran la necesidad de avanzar hacia formas innovadoras y creativas de estructuración de la cadena alimentaria en lo local, más allá de las reglas del mercado y más cerca de la cooperación social. Para ello se ha señalado la necesidad de procesos formativos y de comunicación acerca de la cultura y realidad agrarias, como forma de construir la confianza entre producción y consumo.

Se ha constatado una mayor consolidación y estructuración de este tipo de experiencias, desde las redes locales hasta las estructuras de ámbito europeo. Sin embargo, estas estructuras deben seguir avanzando y fortaleciéndose, tanto para generar nuevos servicios y llegar a capas más amplias de la población como para incidir sobre las instituciones políticas.

En este sentido, el escaso reconocimiento de las administraciones sobre el potencial para el desarrollo local de este tipo de iniciativas ha sido señalado como uno de los principales aspectos a seguir trabajando. Las administraciones deben facilitar el desarrollo de nuevas iniciativas, y adaptar las normativas –por ejemplo, higiénico-sanitarias– y programas de fomento agroalimentario y compra pública a estas pequeñas experiencias locales. No olvidemos que al menos dos tercios de los alimentos ecológicos comercializados en el Estado español lo hacen a través de Circuitos Cortos de Comercialización.

Una mayor organización de los CCC se hace especialmente necesaria de cara a incidir en el actual proceso de redacción de los Planes Autonómicos de Desarrollo Rural (2015-2020) para los fondos FEADER de la UE. La propuesta recientemente aprobada por la Comisión y el Parlamento Europeos (noviembre de 2013) debería traducirse en los reglamentos autonómicos en un apoyo decidido por los modelos agroecológicos y la agricultura social.



# 3

## PRODUCIR ALIMENTOS, REPRODUCIR COMUNIDAD

### **15 Cuatro elementos que hablan del carácter alternativo en el funcionamiento de las redes alimentarias alternativas**

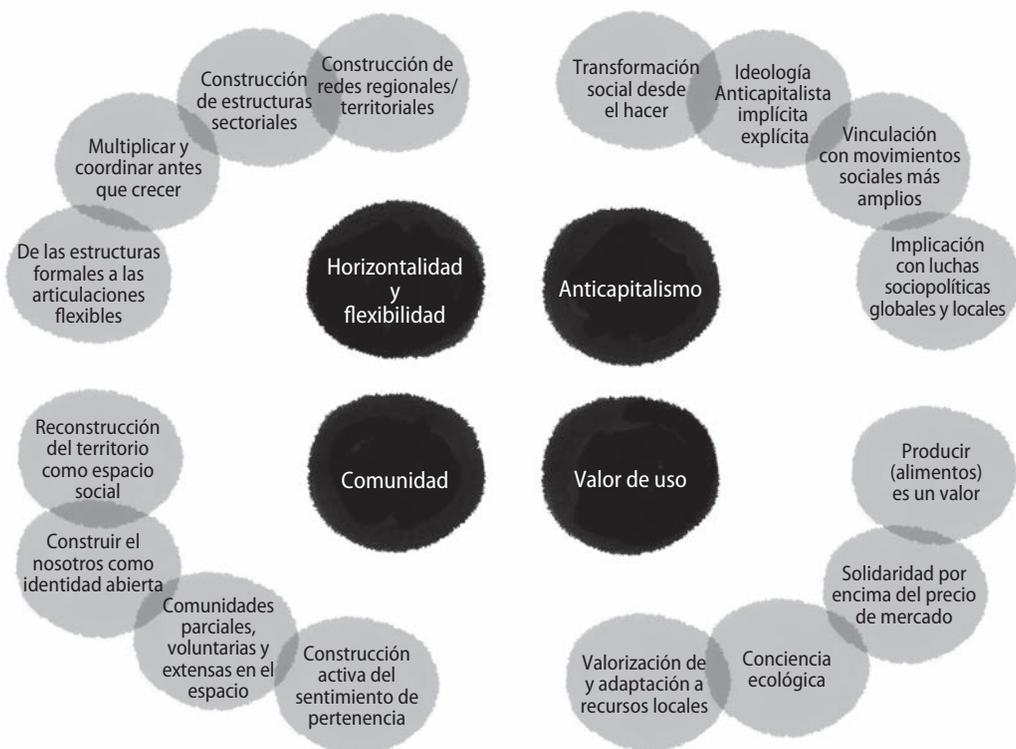
Quizá pueda resultar de interés discutir cuáles de los proyectos analizados en los anteriores capítulos son verdadera y profundamente alternativos. Pero, en mi opinión, mucho más interesante y transformador sería identificar, analizar y tratar de poner en común qué rasgos, de entre todos aquellos que caracterizan a cada uno de los proyectos, son esencialmente alternativos y transformadores. Cuáles son los que nos acercan más, en cada situación concreta, al mundo que queremos. Y cuáles son las líneas rojas por las que no queremos pasar a la hora de adaptar los modelos ideales a nuestras realidades específicas.

Hemos incluido todos y cada uno de estos proyectos porque considero que todos ellos tienen algunos aspectos de gran interés, especialmente en cuanto a su adaptación a contextos y situaciones reales y actuales. Hemos tratado de penetrar en sus lógicas internas sin juzgarlas, solo tratando de comprenderlas, desde sus aspectos más mecánicos y de gestión cotidiana hasta el contexto ideológico y social en el que se enmarcan. Cada una de las formas socioeconómicas de las que hemos hablado representa un punto de partida desde la realidad presente, y todas deben resultar útiles y operativas para construir alternativas en este mismo presente. Creo que este análisis debe realizarse a partir de las cosas que existen y funcionan hoy en día en el mundo cotidiano, en el ir y venir de las personas, sus necesidades y contradicciones. Porque es desde este *presente* real –y no teórico– que habitamos, y desde la *materialidad* de las relaciones socioeconómicas que hoy somos capaces de construir, desde donde podemos plantear los caminos para ir más allá.

Se han escrito muchas páginas para tratar de definir el carácter “alternativo” de las redes alimentarias alternativas, y en este texto se han apuntado numerosas referencias al respecto. A partir del análisis realizado de algunos modelos existentes,

trataré de poner el acento en elementos del funcionamiento interno de las iniciativas; no tanto desde una perspectiva descriptiva, sino más bien operativa, que nos pueda servir para su evaluación y fortalecimiento. Así, surgen cuatro bloques de contenido que, de una u otra forma, los modelos analizados ponen en práctica, y que, en mi opinión, responden a lógicas no capitalistas. Estos son: la inserción –y reconstrucción– en las comunidades locales como medio ambiente necesario para el desarrollo de cada iniciativa; las estructuras horizontales en forma de red, como forma de escapar de las presiones para un crecimiento ilimitado; las ideologías anticapitalistas; y las formas de circulación económica basadas en el valor de uso. Planteo estas ideas no como una estructura cerrada y acabada, sino como una hipótesis de trabajo que me gustaría compartir y debatir.

**Figura 15.1. Valores y rasgos que definen el carácter transformador de las redes alimentarias alternativas**



## La reproducción de comunidades locales

Quizá, el elemento central que diferencia a todas las iniciativas revisadas es que no se enfocan en un público nicho, un segmento de mercado ni un cliente

anónimo definido por tal o cual rasgo socioeconómico en una estadística. Todos estos proyectos, en mayor o menor medida, de una u otra forma, se dirigen a personas y, más especialmente, a grupos y redes de personas más o menos organizadas y sensibles a cierta forma de hacer las cosas, a cierta forma de vivir. Al menos las personas promotoras o más implicadas en los proyectos tratan de reproducir esas sensibilidades y deseos, porque es la estrategia de supervivencia y a la vez su deseo en cuanto a las formas en las que vivir. Esa búsqueda de construir relaciones económicas basadas en el bien común y la cooperación suponen una forma de *(re)construir comunidad*.

En lugar de buscar un nicho de mercado para nuestros productos, pretendemos crear y recrear las redes sociales en las que insertar nuestra producción, entendiendo que esta es un bien social: alimentos justos, sanos y sostenibles. Para mí es algo más que comercializar un producto. Al reforzar los lazos sociales que dan sentido a la circulación económica de los alimentos, no solo podemos poner en contacto a producción (oferta) y consumo (demanda) para realizar el valor añadido del producto, más bien fortalecemos el espacio social que da sentido al propio proceso socioeconómico de la alimentación. Las redes alimentarias alternativas permiten la realización de la cadena alimentaria bajo ciertos criterios y con objetivos que van más allá de la rentabilidad o de la diferenciación de un estilo de vida –de consumo– determinado. Por medio de cierto tipo de circulación económica fortalecen determinado tipo de lazos sociales –horizontales, solidarios, vinculados con una economía moral. Y, por lo tanto, reproducen, en base a esos mismos valores, los lazos sociales sobre los que se establece esa circulación. Reproducen, en cierto sentido, la comunidad que se ha producido a través de este intercambio económico.

Incluso detrás de las nuevas modas y estilos de consumo saludables o “sostenibles” que buscan los estudios de mercado para alimentos ecológicos, o de agricultores oportunistas que puedan buscar en el mercado ecológico un nuevo espacio de rentabilidad, todas las personas que se acercan a estas iniciativas comparten una resistencia o rechazo hacia la forma en la que hoy en día se organiza la cadena alimentaria. Un grito más o menos nítido o apagado, que nos lleva a buscar formas distintas de hacer las cosas y, sobre todo, de relacionarnos con la gente y con esas mismas cosas.

Tanto producción como consumo, hasta en los formatos más convencionales que hemos analizado, son conscientes de querer buscar formas de relación económica distintas, en las que se valoran el bien común y las cosas bien hechas. Buscan modelos socioeconómicos en los que *estar juntos* y cooperar desde la dignidad, a partir de las circunstancias particulares de cada parte. Comunidades que no tienen por qué vivir en un mismo pueblo o barrio, en las que las personas que las conforman quizá solo comparten unas horas a la semana o al mes, o una pequeña parte de sus motivaciones, conflictos e intereses. Pero en las que se comparte cierta forma de hacer las cosas, ciertos valores, ciertas normas y rituales... Y, sobre todo, la voluntad, explícita o implícita, de hacer juntos y juntas.

En casi todos los casos, a excepción del caso de la Cooperativa Longo Maï –que explícitamente recrea formas de vida comunitarias, en el sentido más inmediato

e integral del término—<sup>157</sup>, hablamos de comunidades en las que, en términos materiales, se comparte poco más que una transacción económica y algunos ratos más. Pero incluso en los casos en los que hay menor relación, por ejemplo, entre consumidores (en el caso de las grandes cooperativas de consumo) o entre producción y consumo (algunas de las agrupaciones de productores más grandes, o sistemas de reparto a domicilio), quien forma parte de las redes está ahí por algo. En algunos casos, quien se acerca a las redes alternativas de alimentos ecológicos busca un precio bajo, pero creo que pocas veces estas iniciativas se caracterizan por ser “baratas” en relación con los precios de mercado. Y mucho menos si computamos otro tipo de esfuerzos no monetarios que se suele exigir para participar en ellas. La gente que se acerca a estas iniciativas busca formar parte de algo más. En el peor de los casos quieren *apoyar* formas de hacer *diferentes*, alternativas.

En este sentido se da un nexo de unión entre las personas y grupos que va más allá del interés —monetario— individual y que conforma cierto tipo de comunidad. Pueden ser personas que organizan parte de sus vidas —la alimentación, por un lado, y la producción agraria, por otro— en común, y, por lo tanto, constituyen una *comunidad parcial*. Pueden ser comunidades *espacialmente extendidas*, que, por ejemplo, vinculan a través de experiencias de comercio alternativo y solidario a personas de continentes distintos con un interés en común; o a productores en el medio rural y a consumidores urbanos. Pueden ser —y normalmente son— personas con trayectorias de vida absolutamente diferentes, con poco en común en cuanto a su historia pasada, pero que deciden construir vínculos e intereses interdependientes; y que, por lo tanto, recrean un mundo simbólico común que albergue y dé coherencia a los nuevos vínculos materiales. Además, en todos los casos, se da una vocación explícita de construcción compartida de un sentido para las cosas que se hacen y para leer el mundo. De construir en común mapas de subjetividades que puedan dotar de un sentido compartido a la vida en común, aunque sea para una parte muy reducida de la vida de cada cual. En mi opinión, podemos llamar a esto *comunidad*. Y desde esta perspectiva, este tipo de circulación económica no responde a las lógicas capitalistas. Ya que estas últimas necesitan para su correcto funcionamiento del aislamiento del individuo del resto de individuos<sup>158</sup>, y disociarlo de sí mismo como consumidor y como productor, aunque seamos las dos cosas al mismo tiempo en nuestra vida.

Uno de los rasgos en los que se puede observar con mayor nitidez esta producción activa de nuevas formas de comunidad es en los trabajos y actividades destinados a generar sentimiento de pertenencia a un grupo y a facilitar el fortalecimiento de esta subjetividad compartida entre sus miembros. Por ejemplo, las grandes cooperativas de consumo y modelos mixtos de producción y consumo como el BAH! destinan importantes esfuerzos a incorporar a nuevas personas socias,

157 Se puede encontrar una discusión de las contradicciones entre la vida en comunidad y la acción política en uno de los capítulos Autoría Colectiva (2006), *op. cit.*

158 Se puede encontrar una riquísima discusión sobre la interacción entre relaciones sociales y mercados capitalistas en el texto clásico sobre el arraigo social de las relaciones económicas de Mark Granovetter (1985): “*Economic action and social structure: the problem of embeddedness*”.

a realizar actividades de debate y al establecimiento de relaciones entre ellas, ya sean productoras o consumidoras. También a producir determinados actos y recursos –podríamos denominarlos *elementos rituales*– de celebración y fortalecimiento de la comunidad, tales como fiestas, camisetas y otros objetos de refuerzo de la identidad colectiva. En muchos grupos de consumo se plantea abiertamente la importancia que tienen para sus miembros las relaciones sociales que se establecen durante y después del reparto –las cañas, que tanto unen...–. Entre las redes de productores y productoras también es muy común la celebración de eventos de encuentro informal entre personas socias, simplemente para estar juntos y compartir con iguales, a menudo distantes espacialmente, la alegría de cooperar y mantener un proyecto en común. En las redes regionales, los encuentros tienen un papel de coordinación técnica y estratégica, pero también contienen un carácter social y emocional muy importante, de conocimiento mutuo y construcción de confianza y complicidades, tan necesarias para la acción colectiva en territorios amplios.

El fortalecimiento de estos procesos de autogestión también viene ligado a un esfuerzo importante de autoformación para el funcionamiento colectivo. Como ya se ha comentado, nos hemos criado en una sociedad de consumo, capitalista e individualista; y nadie nos enseñó a construir relaciones socioeconómicas horizontales y de apoyo mutuo o reciprocidad. Por ello resulta muy común, especialmente en los proyectos promovidos desde el consumo, el desarrollo de actividades de formación y la sensibilización en relación con la agroecología y la soberanía alimentaria (el sistema agroalimentario, la importancia del consumo local y estacional, etcétera). Pero también en relación con las técnicas y metodologías de trabajo en grupo, el asamblearismo y la participación. La construcción de formas sociales alternativas viene vinculada con un esfuerzo pedagógico por desaprender las formas de relación individualistas y competitivas, para aprender a construir el interés común. Y esto es así porque, por muy buena voluntad que pongamos, este interés común no surge solo; y las implicaciones y contradicciones que nos plantea la búsqueda del interés común a menudo se sitúan en tensión con el interés individual.

Las identidades que se generan a través de estos artefactos de construcción de comunidad son variadas, en función del objetivo del proyecto y de la diferente participación de cada actor en el mismo. En una cooperativa de productores o una comunidad como Longo Maï es necesario generar una confianza e identidad de grupo fuertes entre sus miembros, ya que las inversiones y el trabajo aportados suponen un compromiso importante; y los ingresos económicos de sus socios dependen del buen funcionamiento de la estructura. En los casos de los grupos de consumo o las redes territoriales, a menudo juega un papel central la vocación de integrar a personas nuevas en los tejidos socioeconómicos alternativos. En estos casos la identidad de grupo –o de la comunidad– es abierta y más flexible, para no excluir a otras personas o grupos que no compartan principios ideológicos o características sociales o económicas. La construcción de una identidad común, en estos casos, se está construyendo sobre formas de hacer, y especialmente de *hacer juntos y juntas*, más que sobre principios ideológicos y teóricos. Parece que nos resulta más fácil encontrarnos al hacer cosas *bonitas* –porque tienen un sentido

inmediato y son eficaces y alegres— que debatiendo sobre símbolos identitarios u opciones teóricas vinculadas de forma menos directa con el cotidiano del grupo.

En este sentido, la reconstrucción del *territorio*, como identidad y espacio compartidos, está resultando un elemento clave en estos procesos de reconstrucción de comunidades con capacidad de erigirse en sujeto de la autoemancipación. Para Zibechi, hablar de territorios pone el acento en flujos y circulaciones, y no en estructuras, abriendo así espacio al movimiento y el desarrollo de identidades compartidas y abiertas. Para él, el territorio es una construcción social, más allá del espacio físico, donde se pueden desplegar relaciones sociales y económicas diferentes a las capitalistas, donde se pueden desarrollar formas de vida diferenciadas. Los territorios están vinculados a los sujetos que los instituyen, los marcan, los señalan sobre la base de las relaciones sociales que portan. Y, por lo tanto, “quien sea capaz de producir espacio encarna relaciones sociales diferenciadas que necesitan arraigar en territorios que serán necesariamente diferentes”<sup>159</sup>.

Muchas de las experiencias que hemos visto —especialmente, los grupos y redes de consumo urbanos— son, en gran medida, una celebración de la construcción de nuevos vínculos sociales en el entorno vital inmediato. Al igual que puede ocurrir con los huertos comunitarios en el entorno urbano. Son un artefacto a través del cual el camino desde mi casa al trabajo ya no atraviesa un espacio vacío de significados, sino lleno de referencias vivas y proyectos compartidos. Suponen un nuevo vínculo con espacios antes anónimos, vinculan a la persona y a sus redes sociales mediante relaciones con el espacio. A su vez, transforman el espacio en territorio vivido; en una parte constituyente de la nueva comunidad que se forma.

A mayor escala, a través de las redes regionales de soberanía alimentaria se están produciendo espacios de confluencia entre productores —normalmente, rurales— y consumidores —normalmente, urbanos— en un territorio común de referencia, aunque este territorio sea demasiado amplio como para compartir el cotidiano. Aun así, estas redes refuerzan la idea de lo local y, de hecho, la transforman, poniendo carne —territorio— en lugar de esos espacios vacíos de significado que antes solo eran un medio rural “indiferenciado” más allá de los márgenes de las autovías. Dotan de nuevos significados al espacio que hay alrededor de las ciudades. En algunos casos excepcionales, y que no hemos incluido en este texto más que tangencialmente, los circuitos cortos de comercialización sirven para articular y fortalecer movimientos sociales en defensa del territorio —como en los casos de las huertas históricas de Valencia o Zaragoza<sup>160</sup>—. En todos estos casos, los circuitos cortos construyen territorio y, haciéndolo, construyen una *comunidad territorializada*.

159 *Op. cit.*

160 Para ampliar la información, se pueden consultar, entre otras, las webs de la Plataforma por la Huerta Zaragozana <<http://huertazaragozana.blogspot.com.es>> en el caso maño, y del Colectivo Per l’Horta <<http://www.perlhorta.info>> en el caso valenciano.

## Horizontalidad y flexibilidad: de las estructuras a las redes

La mayoría de las experiencias que hemos comentado en este libro están articuladas con otras, formal o informalmente. Algunas de las experiencias son, de hecho, coordinaciones de iniciativas más pequeñas o localizadas (las redes territoriales de soberanía alimentaria, algunas redes de productores o redes de grupos de consumo, etcétera). Las redes son formas de articulación, formalizadas o no, que consisten en vínculos entre personas o proyectos más que en estructuras definidas con una jerarquía y/o un reparto de responsabilidades y funciones claro y explícito. Las redes son flexibles y móviles, y se activan generalmente para realizar actividades concretas de forma conjunta entre los distintos nodos de la red. Más que en los elementos que las conforman, el concepto de redes pone el acento en las relaciones que se dan entre ellos, aportando así una gran flexibilidad al conjunto y permitiendo la integración operativa de una gran diversidad. Los distintos nodos de la red pueden participar en una acción determinada o no; y a su vez mantienen actividades propias ajenas a la red, permitiendo cooperaciones sin necesidad de una coincidencia total en sus objetivos, capacidades o ámbitos de acción.

Una gran parte de las iniciativas de producción analizadas desarrollan sistemas híbridos de distribución, combinando redes alternativas con circuitos convencionales. Las redes alternativas no son capaces de absorber todas las producciones que hoy se intentan destinar a los circuitos interiores. Y para poder comercializar toda su producción muchos productores comercializan a distribuidoras, a compradores en el extranjero o se ven obligados a comercializar el alimento como convencional a almacenes o asentadores de los Mercas. En la transición hacia redes de distribución más amplias y estructuradas, la flexibilidad permite al productor reorientar poco a poco sus circuitos comerciales y, por lo tanto, sus producciones, a la vez que puede vivir del fruto de su trabajo.

La naturaleza flexible de las articulaciones en forma de redes se vincula con la idea de autonomía para los distintos nodos de la red, y a su vez configura ciertas formas de expansión de las redes. En el caso de Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!) se dio un interesante debate acerca de las formas de crecimiento, en un momento en el que nuevas personas querían incorporarse a la iniciativa, tanto en la producción como en el consumo. El modelo adoptado fue el de la multiplicación. Dado un tamaño máximo de cada iniciativa, se daría apoyo a la creación de nuevos núcleos de producción y consumo autónomos, pero coordinados con los anteriores. Así, por un lado, las estructuras individuales no se saturarían y se daría un grado óptimo de participación en el seno de cada una, y a la vez se podrían compartir recursos entre los distintos núcleos<sup>161</sup>. El BAH! había creado un modelo replicable, y apoyó a otras iniciativas, de forma autónoma, que desearan adoptar

161 Para profundizar en este debate se puede consultar D. López García y J. A. López López (2003), *op. cit.*

el modelo, hacerlo suyo y adaptarlo a su propia situación<sup>162</sup>. De alguna forma, se creó una red de BAH! que nunca tuvo una reunión formal, pero que ha mantenido durante muchos años la cooperación entre cooperativas.

Ejemplos similares se pueden encontrar, por ejemplo, en los AMAP franceses o en los CSA estadounidenses y del Reino Unido. Se crea un modelo que se expande, y cada nueva unidad creada se mantiene vinculada o no a las distintas redes que se dan entre los AMAP a nivel regional y estatal, pero se puede apoyar en ellas. En todos estos casos hablamos de un tamaño limitado en cada uno de los núcleos individuales, pero esta autolimitación no coarta la capacidad del movimiento de expandirse y crecer en número. El tamaño de cada núcleo se define en función de criterios diversos, si bien es común que el máximo se fije en función de la posibilidad de participación directa de cada uno de los miembros individuales de cada iniciativa en la gestión de los asuntos comunes. Este tamaño óptimo depende en gran medida de los objetivos y de las tecnologías organizativas y de participación de que se disponga en cada caso. Otros criterios son tamaños mínimos para que los ingresos permitan mantener un puesto de trabajo; o tamaños máximos limitados por las infraestructuras logísticas, la tierra disponible o la existencia de personas con perfiles apropiados, como en el caso de algunas cooperativas de productores. En muchos casos los tamaños considerados como óptimos cambian a lo largo del tiempo, y en general son más reducidos en las etapas iniciales de cada proyecto, para facilitar el fortalecimiento inicial del mismo.

En todo caso, la pregunta a la que se hace frente no es tanto “¿Cómo crecer?”, sino más bien “¿Cuál es el tamaño óptimo para que podamos desarrollar el modelo de proyecto y relaciones socioeconómicas que queremos?”. Algunos proyectos analizados, como las grandes cooperativas de consumo, sí parecen tener como objetivo “ser más”, ya que entre sus objetivos están el incorporar cada vez a más gente a las redes de economía social y solidaria, y facilitar que los productores puedan comercializar todo su producto en estas redes. Como ellos mismos plantean, un tamaño relativamente grande plantea dificultades en cuanto a la participación interna, que requiere en estos casos de importantes recursos para su dinamización. Otros proyectos de tamaño más reducido y autolimitado –tanto desde la producción como desde el consumo–, sin embargo, plantean dificultades vinculadas a la precariedad de la iniciativa y la fuerte carga de trabajo voluntario de gestión que requieren. A pesar de que reconocen que el trabajo voluntario y rotativo genera procesos de identidad de grupo y de experimentación de formas alternativas de gestión y relación mucho más profundos.

En todos los casos encontramos escalas autolimitadas, si bien con distintos raseos o umbrales. Y una cierta resistencia a dimensionar estructuras con altos costes de mantenimiento o realizar grandes inversiones en los proyectos. Los modelos de distribución que impulsan las administraciones, en muchos casos, llevarían a

---

162 En 2005 se organizó en Madrid un encuentro de “cooperativas unitarias agroecológicas” que se reconocían vinculadas con el modelo del BAH!, al que acudieron 14 iniciativas de distintas partes del Estado español, para analizar formas de cooperación entre ellas.

incrementos sensibles en el tamaño de las iniciativas y a un fuerte endeudamiento que las llevaría a la necesidad de crecer constantemente en su actividad económica. Analizando las distintas experiencias centradas en experiencias colectivas de productores, observamos en general fuertes resistencias al endeudamiento colectivo y una preferencia generalizada por las estrategias de reducción de costes para mantener la rentabilidad. Estas resistencias podrían aplicarse a un gran número de iniciativas también en el consumo o en las redes territoriales, que autolimitan su tamaño o su dimensión económica. Este modelo de redes autolimitadas resulta también mayoritario en el panorama estatal.

Podríamos señalar al menos tres razones para limitar esta dimensión económica. En primer lugar, desconfianza y limitación hacia la profesionalización de la gerencia y el equipo administrativo, por los elevados costes y por el peligro de concentración de información y poder en el equipo técnico, en relación a la experiencia de las grandes cooperativas agrarias impulsadas en el franquismo. En segundo lugar, exigencia a los socios de un fuerte compromiso, tanto económico como de implicación en las tareas colectivas de gestión, que lleva a reducir el número de asociados en función del perfil exigido y de la necesidad de una fuerte confianza de grupo. En tercer lugar, limitación del endeudamiento frente a un mercado aún muy poco desarrollado y, por lo tanto, inestable e inseguro, lo que condiciona la inversión en infraestructura logística y acciones de promoción. La forma de evitar que estas autolimitaciones no vuelvan insostenibles los proyectos –debido a la sobrecarga de trabajo que vuelcan sobre sus miembros– es mediante la articulación en redes que permiten movilizar para uso común los recursos individuales de sus miembros. Sin embargo, muchas de estas redes con inversiones y costes autolimitados señalan la precariedad o el elevado coste de gestión (normalmente, en cuanto al número de horas) como una de las principales debilidades del proyecto, tanto en la producción como en el consumo (capítulos 9, 11 y 14). Y como vemos, en algunos casos se opta por fórmulas de profesionalización de la gestión. De nuevo, cada modelo resulta útil para unos objetivos y menos para otros.

En todo caso, el manejo del equilibrio entre dimensión económica (inversiones iniciales y gastos de mantenimiento, ya sea en dinero, en horas o en otras unidades), tamaño humano y eficacia de la estructura es complicado; y en algunos casos va a depender de la escala territorial en la que nos movamos: en una comarca de pueblos abandonados, la gente con la que podremos trabajar se localiza en un territorio más amplio que en una zona metropolitana. En este sentido, merece la pena prestar atención a lo que se ha denominado “la trampa local”<sup>163</sup>. Para estos autores, los beneficios sociales y ecológicos considerados a menudo como inherentes a la categoría de “local” deben ser puestos en cuestión, al ser “lo local” una categoría socialmente construida. Los procesos en la vida real no se ajustan a escalas fijas –el municipio, la comarca, etcétera–, sino que más bien plantean la necesidad de un enfoque *transescalar* para superar la paradoja de que los problemas, a menudo, se

163 B. Born y M. Purcell (2006), “Avoiding the local trap. Scale and Food Systems in planning research”, *Journal of Planning Education and Research*, 26, pp. 195-207.

identifican en las escalas micro, pero las soluciones a menudo se dan en escalas más amplias. Este esfuerzo implica incorporar las especificidades de cada territorio, de cada cadena de valor y de la naturaleza de los actores implicados en la definición de “lo local”. Y, a su vez, incorporar en cada caso las complejas interacciones que se dan entre la escala local y la global. La comparación de las estrategias de comercialización de los productores extremeños y madrileños (capítulo 9) resulta esclarecedora a este respecto, en dos territorios claramente diferenciados –el primero, productor; el segundo, consumidor.

En otro orden de cosas podemos encontrar redes sectoriales de grupos de consumo, como la Red Agroecológica de Lavapiés (Madrid) y otras que surgieron más tarde con el proceso de La Rehuerta, con el objetivo de apoyar el desarrollo de las redes alimentarias alternativas en su territorio. O las redes de huertos urbanos de determinados territorios, como las conurbaciones de Madrid, Barcelona y Sevilla. En territorios con mucha menor densidad de población y proyectos, y más orientados a la producción –como las redes de Ciudad Real y La Rioja–, la escala de agregación salta del ámbito metropolitano al provincial o regional para objetivos similares: apoyar el desarrollo de las redes alimentarias alternativas, desde el consumo y en los espacios urbanos. En algunos casos, como en el caso de La Repera (Barcelona), la existencia de la red tan solo cristaliza en eventos públicos una vez al año, en la que se reúnen productores y grupos de consumo de Catalunya para explorar y acordar formas de fortalecer las redes alimentarias alternativas en el territorio.

Desde la producción, encontramos la Red ARAE en Castilla y León o la Xarxeta de Pagessos de Catalunya, que coordinan recursos y vías de comercialización desde la autonomía de cada nodo de productores. En algunos casos, las redes avanzan en procesos más complejos y comprometidos, como la planificación conjunta de las producciones y la organización de acciones colectivas de acercamiento a nuevos nodos de consumo. Su escala de acción también varía en función de algunas características territoriales, como la planificación conjunta de producciones en función de la diversidad de características geoclimáticas que se dan en el seno de la Red Agroecológica de la provincia de Granada. También existen redes de ámbito estatal que se coordinan para eventos concretos, como es el caso de la Semana de la Lucha Campesina, que se celebra todos los años en torno al 17 de abril, activando los nodos locales vinculados con la agroecología política y la soberanía alimentaria en todo el Estado español. O eventos de articulación del sector a nivel estatal desde la autonomía de los distintos agentes, como los Seminarios Internacionales de Circuitos Cortos de Comercialización organizados por organizaciones estructuradas como Ecologistas en Acción.

Las redes sirven para desarrollar cooperaciones de pequeño calado, o acciones puntuales compartidas, manteniendo la autonomía de cada nodo y exigiendo costes muy reducidos de mantenimiento de la coordinación, pues no mantienen estructuras permanentes. Para acciones de mayor calado o permanencia, muchas de las iniciativas analizadas combinan el funcionamiento en red con otro tipo de estructuras más formalizadas, como en el caso de las organizaciones profesionales agrarias (el caso de redes de productores como Nekasarea, ARAE o ARCO-COAG)

o algunas redes territoriales vinculadas con Plataforma Rural. A su vez, hay formas cooperativas que se asocian en forma de red entre ellas, como en la Xarxeta de Pagessos de Catalunya. Y también encontramos en el consumo formas de articulación más formales, como la Federación Andaluza de Consumidores y Productores (FACPE), la Federación Catalana de Grupos de Consumo (Ecoconsum) y otras, quizá con vocación de ejercer interlocución frente a la administración y acceder a financiación pública para avanzar hacia sus objetivos.

La coexistencia de formas organizativas distintas refleja que cada forma resulta operativa para distintos objetivos y condiciones. Este eclecticismo en las formas puede resultar apropiado para iniciativas colectivas cuya existencia se encuentra difuminada entre la acción social y la económica. La preferencia por formas de coordinación abiertas, flexibles y con bajos costes de mantenimiento puede encontrar raíces en la crisis de las grandes cooperativas de productores creadas desde los años cincuenta, o en la decepción generalizada respecto a formas sociales estáticas y jerárquicas, como los partidos políticos y sindicatos mayoritarios. Sin embargo, se observa una tendencia a crear estructuras más estables y de mayor calado, tanto en la producción como en el consumo, cuyas formas aún están en experimentación.

## Anticapitalismo

Numerosas iniciativas analizadas han señalado su vocación por impulsar a través de su funcionamiento un cambio social, más allá del capitalismo<sup>164</sup>. En algunos casos esta voluntad es explícita. Sin embargo, pocas veces se formula en relación con propuestas ideológicas definidas, y rara vez ocupa el centro de las tareas cotidianas de las iniciativas. En mi opinión esta acción política se puede observar en dos vías: mediante la articulación de estas iniciativas económicas con otros movimientos sociales centrados en la movilización social, la incidencia y la denuncia políticas; y mediante la experimentación de formas de relación e intercambio económico no capitalistas y horizontales, que puedan incorporar a personas no activistas a espacios colectivos de relaciones no capitalistas. Estas dos formas de acción política –la de la denuncia y la de la incorporación a través del hacer– me parecen perfectamente compatibles y, de hecho, normalmente conviven y se refuerzan mutuamente.

La primera de estas vías es quizá la acción política más clásica. Los proyectos analizados son vías de difusión de ideas, convocatorias y acciones de resistencia frente a los ataques del capitalismo a la viabilidad y la integridad de las personas y los ecosistemas. También sirven de espacio de encuentro para la realización de debates políticos de todo tipo y, en muchos casos, de movilización de recursos económicos para el apoyo de otros proyectos, ya sean nuevos emprendimientos

164 Diversos textos profundizan en este debate en torno a las redes alimentarias alternativas. En el Estado español podemos citar, entre otros, López y López (2003), op. cit.; López y Badal (2006) op. cit.; E. Sevilla Guzmán (coord.) (2012), Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces; Soler y Pérez (2013), op. cit.

socioeconómicos o determinadas luchas y resistencias sociopolíticas. Muchos de estos proyectos se vinculan, de una u otra forma, con otros movimientos sociales<sup>165</sup>, de todo tipo, para articular sus redes con otras luchas sectoriales o más amplias, que trascienden el ámbito de acción local y cotidiano en el que las redes alimentarias alternativas suelen moverse. Y, de hecho, un gran número de las personas más implicadas en la dinamización de estas redes se implican de la misma manera en otros movimientos y movilizaciones sociales.

El contexto de un proyecto socioeconómico alternativo y agroecológico resulta un espacio privilegiado para el debate político. La construcción de alternativas prácticas y cotidianas de los asuntos comunes dota de profundidad al debate sobre las ideas, les pone *carne y piel*. Empezar estos debates desde el territorio de las propuestas prácticas permite que comprendamos y enunciemos la crítica desde un tipo distinto de *nosotros*. Este *nosotros* no está tan atravesado por las ideologías –que tan a menudo nos separan–, sino por el deseo de vivir mejor y juntos/as, y por la certeza de que es posible un mundo distinto que ya experimentamos. En este sentido, las movilizaciones lanzadas o participadas por redes que articulan proyectos alimentarios alternativos son entendidas, a su vez, como acciones de autodefensa de los precarios –y parciales– espacios que conseguimos abrir más allá de la lógica del capital. Las movilizaciones contra los transgénicos, el movimiento por la recuperación y reproducción de las semillas locales, el de defensa de las huertas históricas de las áreas metropolitanas, las movilizaciones ligadas al 15-M o las acciones contra la Organización Mundial del Comercio y los tratados comerciales bilaterales de la UE son acciones de autodefensa de las redes alimentarias alternativas. Y a su vez estos movimientos sociales son reforzados por la existencia de estas alternativas. Son un camino en común: construcción y autodefensa.

Desde la perspectiva opuesta, de hecho, las redes alimentarias alternativas hoy se apoyan fuertemente en otras redes, movimientos y organizaciones sociales. Ya sea porque con el apoyo de estas últimas reciben un aval social que favorece su funcionamiento y el que nuevas personas y grupos se unan, o porque cada vez más colectivos sociales –sindicatos, asociaciones de vecinos, ecologistas o culturales, o centros sociales okupados– deciden crear grupos de consumo, mercadillos de productores ecológicos, huertos urbanos u otras acciones de acercamiento entre campo y ciudad. O porque nos apoyamos en las infraestructuras de estos grupos –especialmente, sus locales– para construir redes logísticas, puntos de reparto o herramientas de información y difusión de las iniciativas. Todas estas iniciativas, a su vez, ven así reforzadas sus actividades –a menudo abstractas, esforzadas y poco gratificantes– con otras que dan vida cotidiana e inmediatamente gratificante a sus locales y a las personas que participan en sus actividades.

Quizá hay muchas iniciativas agroecológicas que no asumen explícitamente este papel de acción política, y sus miembros entienden el proyecto como algo separado

---

165 En *Los pies en la tierra...* (*op. cit.*) se definen de forma colectiva entre diversos colectivos algunas de las líneas principales por las que se podrían entender este tipo de proyectos como “movimiento social agroecológico”.

de la política. A veces esta separación se da precisamente para que la agenda y la pesada carga ideológica y vital de las acciones de resistencia y denuncia no lastren la difícil convivencia entre personas con ideologías muy diversas que se da en las redes alimentarias alternativas. Sin embargo, creo que es necesario superar esta separación entre lo económico y lo sociopolítico, como única forma de fortalecer ambas esferas de nuestras vidas. Quizá, encontrar formas creativas de superar la disociación entre ambas dimensiones de nuestras vidas, sin recurrir a identidades fuertes y cerradas que nos dividan y paralicen, es uno de los principales retos que tenemos por delante.

Eric Holt-Giménez, en su libro *iMovimientos alimentarios unidos!*<sup>166</sup>, plantea la necesidad de construir espacios de convergencia entre lo que él llama movimientos “radicales” –principalmente los grupos vinculados con Vía Campesina y otros movimientos anticapitalistas de base– y movimientos “reformistas” –ONG para el desarrollo implicadas con la soberanía alimentaria, gran cantidad de asociaciones de consumidores no explícitamente politizadas, grupos ecologistas, etcétera–. Plantea esta alianza para plantar cara a un capitalismo que hoy está socavando las mismas bases sociales y ecológicas que necesita para su reproducción: “Necesitamos movimientos sociales fuertes, capaces de forzar los cambios, y que esos cambios introduzcan reformas transformadoras. Necesitamos una convergencia amplia, y necesitamos introducir una visión más global de estos movimientos, que en las últimas décadas se han despolitizado mucho. El sistema global cambió de forma, y los sindicatos dejaron de ser efectivos. Por lo tanto, la gente ha buscado otras formas organizativas y de expresión, que son muy importantes, pero están fragmentadas y despolitizadas. Samir Amin, en la introducción del libro, propone “repolitizar para hacer converger la diversidad”<sup>167</sup>.

En la segunda de las vías de acción sociopolítica anticapitalista, las iniciativas de las que hablamos tratan de construir interacciones socioeconómicas que no buscan la reproducción del capital, sino de las comunidades y de los ecosistemas con los que estas interactúan. La convergencia se realiza en torno al grito de rechazo frente a la hegemonía capitalista y las formas de vida que nos impone. El rechazo a determinadas formas que adopta el mundo en que vivimos es lo que nos une, y lo que nos hace juntarnos para desarrollar nuevas formas de vida. La vocación transformadora, sin embargo, se expresa en la práctica cotidiana de las iniciativas, como construcción de relaciones socioeconómicas alternativas al capitalismo.

Esta forma de construir nuevas relaciones igualitarias, autogestionarias y más ecológicas, es una forma de *generar transformaciones desde el hacer*, para construir comunidades de base capaces de gestionar la vida y plantar cara a los poderes hegemónicos. Es una forma de articularnos con otra gente no tanto por las ideas,

166 E. Holt Giménez (ed.) (2013), *iMovimientos alimentarios unidos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios*, Barcelona, Icaria.

167 D. López García (2013b), “La agricultura urbana y periurbana se ha convertido en una posibilidad de mantener los lazos sociales en una sociedad que se desmorona. Entrevista a Erik Holt Giménez, director de Food First”, en *La Fertilidad de la Tierra*, 53.

sino por la elección de unas formas determinadas de satisfacer en común nuestras necesidades comunes: en nuestro caso, la alimentación. Una forma de articularnos con nuestros iguales en aquellas cosas en las que somos iguales –las necesidades básicas de subsistencia–, y que reproduce relaciones de igualdad y seguridad, ya que refuerza los lazos comunitarios. Formas colectivas que permiten satisfacer la necesidad común de controlar las bases de reproducción de nuestras vidas. En esta recreación de artefactos colectivos que creen, pongan en práctica y difundan formas de funcionamiento no capitalistas, resulta tan importante su carácter alternativo como que los proyectos realmente funcionen, en el sentido de cubrir de forma satisfactoria las necesidades –también materiales– que pretenden cubrir. Y en este sentido, el significado concreto y situado del verbo *satisfacer* deberá ser definido por cada proyecto.

Recogiendo un antiguo lema del Proyecto A, una iniciativa colectivista y localista lanzada en Alemania en los años ochenta, la propuesta de las redes alternativas me recuerda a aquello de pasar *del anarquismo panfletario al anarquismo vivido*. Y eso, a pesar de que muchos proyectos no se vinculan de ninguna forma con el anarquismo. Horst Stowasser, autor del primer borrador difundido acerca del Proyecto A en los años ochenta, explicaba recientemente en una entrevista que la creación de redes económicas alternativas es “una de las muchas respuestas para que el movimiento anarquista pueda salir de su gueto político, de debates infecundos, para volver a tener peso en la vida cotidiana de la gente que normalmente no se interesa por la política, mediante proyectos prácticos viables, soluciones a la vida, que pueden ser tanto puestos de trabajo como guarderías, como proyectos culturales [...], construyendo una comunidad de convivencia entre todas las generaciones tanto para anarquistas como no anarquistas”<sup>168</sup>.

Muchas de las iniciativas analizadas plantean entre sus objetivos centrales el generar otras formas de gestionar la economía o atraer a las redes alternativas a nuevas personas. Y esto desde una vocación de transformación social que está implícita en las formas de hacer y de relacionarse, y en las formas de (auto)gestionar los asuntos comunes, sin necesidad de recurrir a banderas ni grandes lemas. Esta línea de trabajo no pretende que la gente que se incorpora termine engrosando las filas de una u otra organización sociopolítica, sino que experimenten, aunque sea en una pequeña porción de sus vidas, formas de relación no capitalistas, basadas en el apoyo mutuo y el interés común. Encontrarnos en el grito de rechazo a la hegemonía capitalista y en la búsqueda de nuevas formas de existencia, y generar así cambios en el imaginario individual y colectivo que nos permitan ver más allá de la miseria cotidiana del mundo en que vivimos. Hablar de nuestra capacidad para transformar nuestro mundo es también hablar de política, en minúsculas, pero con toda la potencia del hacer política desde abajo.

En el proyecto de Bajo el Asfalto está la Huerta estos objetivos fueron explícitos desde un primer momento<sup>169</sup>, pero también en otros proyectos vinculados con

168 Entrevista a Horst Stowasser por A Las Barricadas (2008), *Una experiencia de anarquismo a pequeña escala*. <http://www.alasbarricadas.org/noticias/node/8246>.

169 Véase D. López y J. A. López (2003), *op. cit.*

las redes de economía alternativa y solidaria, como pueden ser las grandes cooperativas de consumo, los AMAP y CSA. O de forma más implícita, gran parte de los pequeños grupos de consumo que se multiplican por nuestro territorio. Por su parte, en algunas de las redes de productores, y especialmente en aquellas vinculadas con organizaciones profesionales agrarias (ARAE, ARCO, etcétera), algunos de sus miembros asumen de forma explícita o implícita la tarea de demostrar a los compañeros de sus organizaciones generalistas que es posible desarrollar la actividad agraria mediante formas alternativas de agricultura. Estas formas alternativas de agricultura profesional van más allá de la agricultura ecológica. Por medio de formas innovadoras de cooperativas de producción y de la comercialización a través de redes alternativas, muestran otras formas en las que relacionarse entre productores, con el consumo e incluso con el propio producto de su trabajo –los alimentos– y los medios de producción –suelo, agua, semillas, ecosistemas, etcétera.

Poner las ideologías en el centro de nuestros proyectos suele ser un elemento generador de identidades duras y excluyentes y, por lo tanto, puede generar tensiones en la acción social colectiva. Sin embargo, no podemos obviar que este tipo de prácticas hunde sus raíces en diversas tradiciones sociales de pensamiento y acción, de entre las cuales la libertaria ocupa un papel central. Para Carlos Taibo, lo “libertario tiene un sentido amplio, en la medida en que remite a la condición de muchas gentes que, anarquistas o no, apuestan por la asamblea, por la democracia directa y por la autogestión, y rechazan jerarquías y liderazgos. [...] Para hacer frente a los problemas de un capitalismo que se adentra en una fase de corrosión terminal, y que nos conduce al colapso, la propuesta libertaria, que no es otra que la de la organización de la sociedad desde abajo, en defensa abierta de la autogestión y de la desmercantilización, tiene hoy más actualidad que nunca”<sup>170</sup>.

Conocer reflexiones y experiencias previas acerca de procesos similares a los que hoy vivimos no puede sino fortalecer lo que hacemos. Y en este sentido, las experiencias históricas de los movimientos libertarios –ya sean socialistas en su sentido más amplio, marxistas o anarquistas– aportan un acervo amplísimo que nos puede ayudar a situar históricamente, comprender y dimensionar la nueva oleada de proyectos autogestionarios alrededor de la alimentación que hoy se extienden por todo el planeta. En mi opinión, todos ellos forman parte de una corriente histórica que ha tomado fuerza en repetidos momentos y territorios, que pretende reconstruir poder popular desde abajo, construyendo cultura y formas de funcionamiento autogestionarios. Una cultura y una tecnología de autoorganización que es necesario desarrollar y extender para que este mundo nuevo que hoy estamos creando pueda abrirse espacio y hacerse fuerte.

---

170 “Entrevista a Carlos Taibo sobre *Repensar la Anarquía*” (2013), <http://www.carlostaiibo.com/articulos/texto/?id=478>. En los últimos años, el profesor de Ciencias Políticas ha publicado dos textos reflexionando sobre la vigencia de las ideas libertarias en la actualidad: *Repensar la anarquía. Acción directa, autogestión, autonomía*, Madrid, La Catarata, 2013; y *Libertari@s. Antología de anarquistas y afines para uso de las generaciones jóvenes*, Madrid, Los Libros del Lince, 2010.

## Valor de uso

En el tercer capítulo del presente texto hicimos un brevísimo acercamiento al concepto de “valor de uso”<sup>171</sup>, y a su importancia central en la generación de espacios económicos no capitalistas. La transición del *valor de cambio* –capitalista– al *valor de uso* –no capitalista– significa, en mi opinión, la línea roja de mayor trascendencia en el carácter transformador de nuestros proyectos. El valor de uso no se puede acumular y no genera propiedad privada, sino tan solo apropiación en función de la utilidad social de un bien o servicio. El intercambio en base al valor de uso genera espacios de reciprocidad y, por lo tanto, reproduce el vínculo comunitario. Y facilita el desarrollo de procesos de producción social en los que el acceso a los recursos se pueda dar en condiciones de equidad. De hecho, al poner el valor de uso en el centro de los procesos económicos, se amplía la disponibilidad de recursos sociales, ya que su circulación no se deriva hacia los procesos de acumulación capitalista que se encuentran en la base del valor de cambio. Así, abandonamos el estado de carencia permanente al que nos somete el capitalismo para disciplinar la fuerza de trabajo y subordinarnos al capital en base a los salarios. Por contra, el valor de uso abre un espacio de abundancia al que todas las personas podemos acceder, que debe ser el marco para la construcción de relaciones sociales en libertad y dignidad.

Desde la perspectiva teórica de la economía campesina, planteábamos que el valor de uso es precisamente el punto de encuentro entre esta y otras perspectivas teóricas alternativas, tales como la economía feminista o la economía ecológica. Este concepto supone un puente de conexión con las culturas precapitalistas (campesinas), muchas de las cuales aún existen y, de hecho, suman poco menos de la mitad de la población mundial. También supone un puente de conexión entre dos realidades presentes, aunque disociadas en las sociedades capitalistas, como son la economía monetarizada y la no monetarizada –todo el trabajo de reproducción y sostenimiento de la vida, garantizado básicamente por las mujeres–. Un puente entre los procesos productivos y los procesos reproductivos en nuestra sociedad, ya que permite equiparar todos los tipos de trabajo en función de su valor social.

Los procesos económicos no capitalistas que hoy se dan en el mundo, como las producciones no monetarizadas y los trabajos reproductivos, existen y son mayoritarios en cuanto a la proporción de trabajo humano realizado. Existen *a pesar del capital*, que no se compromete con su reproducción y su mantenimiento, sino que más bien los combate y trata de colonizarlos para introducir más aspectos de la vida social en las redes económicas mercantiles. Sin embargo, el propio capitalismo no podría existir sin la subordinación de este trabajo a la economía monetarizada.

---

171 Profundizar en este concepto no es el objeto de este texto, y excede con mucho a sus pretensiones. Sin embargo, para el lector interesado, se puede encontrar una interesante revisión de este y otros conceptos clásicos de la economía marxista aplicados a la construcción en la actualidad de iniciativas socioeconómicas alternativas al capitalismo, en J. Holloway (2003), *Cambiar el mundo sin tomar el poder. El significado de la revolución hoy*, Barcelona, El Viejo Topo.

Sin la reproducción de la fuerza de trabajo y del vínculo social que se da de forma gratuita, día a día, en todo el planeta, el capitalismo no se podría sostener. Los trabajos –tanto humanos como no humanos– para la reproducción de la vida son un bien común imprescindible, y el capital no es capaz de mantener estos procesos dentro de la lógica de mercado, de su lógica de destrucción. Los realizamos entre todas y todos –y principalmente las mujeres–, y es un trabajo colectivo que podemos elegir destinar a la reproducción del capital o a la reproducción de la vida. En mi opinión, esta es una de las herramientas más poderosas que están en manos de las redes alimentarias alternativas.

Para proyectos como el de Bajo el Asfalto está la Huerta o ciertos tipos de CSA, el valor de lo que se produce en las huertas de la iniciativa no tiene un precio de mercado, sino que cada miembro de la cooperativa aporta el dinero y el trabajo necesarios para reproducir la actividad, para que esta se mantenga en el tiempo. Reproducir la actividad no supone tan solo garantizar mediante una asignación económica mensual –que también existe– la supervivencia de las personas trabajadoras en las huertas y un aporte de hortalizas suficiente para las familias consumidoras. También supone generar y mantener los recursos necesarios para mantener toda la sociabilidad que se da entre miembros de la cooperativa: el aprendizaje colectivo, la autoproducción de insumos, la realización de acciones sociopolíticas y actividades de autoformación, las fiestas, etcétera. Cada año se discute el dinero y el trabajo no monetarizado necesario para el mantenimiento de la actividad, y se proyecta la forma en que puede ser aportado. Se diluyen las fronteras entre lo productivo y lo reproductivo, entre lo monetarizado y lo no monetarizado. Los alimentos producidos, pero, más exactamente, toda la actividad de la iniciativa, adquieren un valor de uso –porque resultan útiles para la comunidad de miembros de la iniciativa y para las redes con que se relacionan–, más allá del valor del mercado que podrían adquirir.

Procesos parecidos se dan en muchos grupos de consumo estatales y otros modelos como los AMAP, en los que se acuerdan los costes monetarios y trabajos necesarios para mantener la actividad. Estos costes incluyen apoyar la actividad productiva, así como las actividades de reproducción de la comunidad local que van paralelas a la producción agraria y su circulación local, y se acuerdan al respecto cuotas a aportar por cada socio. En algunos casos se llega a colectivizar la propiedad de la tierra y de los medios de producción entre producción y consumo, como es el caso de algunos CSA o, en el Estado español, las que se han denominado cooperativas agroecológicas “integrales” o “unitarias”, tales como el BAH, Hortigas (Granada), La Acequia (Córdoba) y otras. En muchos de estos casos se ponen en práctica herramientas financieras alternativas, mediante las cuales las personas socias adelantan el capital necesario para las inversiones o donan dinero y trabajo para realizar inversiones puntuales en la mejora de las condiciones de producción o en su restablecimiento tras algún percance.

Quizá el trabajo y el dinero aportados en algunos casos no resulten rentables en sentido monetario, pero tienen sentido de cara a los objetivos y motivaciones del proyecto. Al igual que, cuando se producen excedentes, no se vende la producción fuera,

sino que más bien se intenta reducir la carga de trabajo productivo. En este sentido, este manejo de los recursos internos de las iniciativas se parece más a una economía campesina que a la búsqueda capitalista de maximización de la rentabilidad monetaria.

Otro tipo de iniciativas centran su actividad en redirigir flujos monetarios hacia circuitos y bienes socioeconómicos de interés común. Por ejemplo, las grandes cooperativas de consumo plantean vincular a capas amplias de la población con los circuitos agroecológicos de producción y consumo, y la vinculación se da especialmente mediante la aportación de dinero a cambio de alimentos y otros productos. Pero quien aporta este dinero compra aquí y no en otros canales porque desea destinar su dinero a estas redes, y no a otras. Estas iniciativas se vinculan con otras redes de economía social y solidaria, para bombear recursos –monetarios y de otro tipo– de cara a financiar actividades de interés social: producciones sostenibles realizadas en condiciones de trabajo digno. Un ejemplo paradigmático, que no hemos tratado en este texto, sería la experiencia de banco de tierras de Terre de Liens en Francia, que capta ahorro privado para comprar fincas destinadas a producciones agroecológicas para las redes alimentarias alternativas. Esta iniciativa no ofrece rentabilidad a las inversiones, más allá de su rentabilidad social. Se vincula estrechamente con las redes de AMAP –entre otras–, al captar ahorro de las personas consumidoras y facilitar el acceso a la tierra para las nuevas productoras<sup>172</sup>.

La Cooperativa Europea Longo Maï pone en funcionamiento un sistema de relación económica entre sus distintos núcleos de producción y convivencia basado en las relaciones de reciprocidad. Entre las distintas cooperativas de la red, se planifica la producción para el conjunto de cooperativas, y luego se reparten las producciones de cada una, en función de necesidades y capacidades productivas. De nuevo, se produce lo que se necesita, para el autoconsumo en la red y para generar los ingresos necesarios para la reproducción de la comunidad, con todas las actividades que desarrolla. No se miden intercambios equitativos en términos monetarios, ni siquiera en términos de trabajo: simplemente, se produce para el común. Así se refuerza el común, que en la práctica se compone de personas e iniciativas que transitan entre unas cooperativas y otras y de la red de vínculos sociales, económicos y políticos externos que se articulan con las cooperativas. A su vez, el proyecto también recibe dinero de financiadores privados, que convierten así su dinero en lo que ellos consideran un bien común: la existencia de proyectos socioeconómicos alternativos y el mantenimiento de un mundo rural vivo.

Desde la perspectiva que planteo para el desplazamiento de valor de cambio en favor del valor de uso, el dinero también puede resultar útil. Puede convertirse en valor de uso colectivo, al financiar la reproducción de bienes comunes como la agricultura sostenible, la conservación de semillas tradicionales, la repoblación de medios rurales en proceso de abandono o los procesos de recampesinización. Algunos de los proyectos analizados sustituyen –siquiera parcialmente– la circulación

---

172 Se puede encontrar una descripción más detallada de Terre de Liens y otras fórmulas para facilitar el acceso a la tierra en el Estado español en D. López García (2012), “Terre de Liens. El acceso a la tierra como bien común”, *La Fertilidad de la Tierra*, 50.

de dinero por una contabilidad en horas o por monedas sociales complementarias. Para mí, ambas vías de desplazamiento hacia el valor de uso –monetaria y no monetaria– tienen sentido si existe un proceso en el que es la comunidad la que define el valor de las cosas, en función de los intereses y capacidades de la propia comunidad y de los recursos que ofrece el entorno. Si se subordinan los procesos económicos a la reproducción de la comunidad y, en general, de la vida.

El dinero en sí no es el problema –es una mera construcción social como referente de valor–, sino el proceso en el que se define lo que tiene valor y lo que no; lo que merece la pena ser consumido y producido, y lo que no la merece. El debate sobre el papel del dinero en las redes alimentarias alternativas me parece urgente, pues vivimos en un mundo en el que las relaciones económicas monetarizadas son hegemónicas. Necesitamos dinero para acceder a muchos de los medios de producción, y también para sostener muchas de nuestras actividades de reproducción personal y colectiva. Por lo tanto, resulta crucial identificar y definir formas en las que la circulación de recursos monetarizados en nuestras redes no destruyen la comunidad, sino que la fortalecen. Y establecer, por lo tanto, los procesos sociales en los que es la comunidad la que asigna el valor –más allá de los precios de mercado– a las distintas producciones sociales, en función de criterios de reproducción de la vida, y no del capital. En este sentido, resulta crucial superar la dualidad cotidiana en la que nos sitúa el capitalismo, al enfrentar nuestra faceta de personas consumidoras –que quieren comprar barato– con la de personas productoras –que quieren cobrar mucho–. La construcción de un espacio social capaz de acordar y ordenar los procesos de valorización económica resulta clave para romper esta esquizofrenia cotidiana, así como romper con la adherencia al capitalismo que esta disociación genera en los individuos<sup>173</sup>.

El carácter más o menos monetarizado de las iniciativas alternativas sirve a veces de rasero para medir su carácter alternativo. Voy a tratar de explicarme apoyándome en ejemplos extremos y polarizados. Con este debate se abre una grieta entre experiencias de nueva instalación en la actividad agraria por parte de personas de origen urbano, muy vinculadas con los movimientos sociales urbanos, y las personas productoras “tradicionales”, que podríamos llamar “profesionales”. Las primeras suelen empezar con muchos recursos sociales y pocos recursos monetarios o productivos, lo que se traduce en una fuerte precariedad del trabajo y también de su productividad. Las segundas –siguiendo en perfiles quizá extremos– suelen provenir del sector convencional y, por lo tanto, muestran escalas de producción demasiado elevadas para las limitadas redes alternativas de comercialización. No tienen contactos con estas redes ni conocen sus códigos y valores, y a menudo presentan un alto grado de endeudamiento que dificulta la diversificación de las producciones y una reducción rápida en la escala de producción.

En algunos encuentros, como en el seminario sobre CCC celebrado en Lizarra (capítulo 14), el debate sobre la “profesionalidad” surgió como conflicto en el taller de productores/as. Unos calificaban como “competencia desleal” aquellas

173 Este debate se trata con mayor detalle en J. Biehl y M. Bookchin (1998), *op. cit.*

iniciativas informales, que no pagaban impuestos y que por su productividad y su escala de producción no llegaban a generar puestos de trabajo estables y completos y que, por lo tanto, reducían los precios de venta. En otros foros se ha acusado a los primeros de no ser “agroecológicos”; de ser “empresas” que solo buscan la rentabilidad económica y, de alguna forma, son “oportunistas” en las redes alternativas. En mi opinión, desde las redes alimentarias alternativas necesitamos esos dos perfiles y todos los que hay en medio. Como se comentó en el primer capítulo, el número de activos agrarios cae en picado en el Estado español, y eso supone una importante amenaza en términos de soberanía alimentaria. Los productores “profesionales” tienen el acceso a los medios de producción –la tierra, la maquinaria, las infraestructuras, el conocimiento–, y necesitamos generar un cambio hacia la sostenibilidad en su modelo. Las nuevas iniciativas de producción, a menudo de manos de “neorrurales”, tienen la ilusión, los contactos y las claves de relación con las redes de consumo urbanas, y necesitamos que sus iniciativas productivas se afiancen en cuanto a la dignidad y la productividad –económica, social y ecológica– de su trabajo. La “profesionalización” es un término que no me gusta, pues refiere al proceso de mercantilización de la actividad agraria; pero ambos perfiles requieren de un proceso de transición hacia la sostenibilidad –social, ecológica y económica–. Y en esta transición el dinero va a resultar un recurso necesario, al igual que muchos otros recursos sociales que estamos planteando a debate.

Del mismo modo, quizá resulta urgente el debate sobre la propiedad de los medios de producción y, especialmente, en relación con el acceso a la tierra. Algunos de los proyectos mencionados han accedido a la tierra por medio de okupaciones (el caso del BAH!, por unos meses); algunos de ellos ponen en práctica fórmulas de propiedad colectiva que aseguran la retirada del suelo de las lógicas mercantiles; y en algunos casos son proyectos públicos los que están facilitando el acceso a suelos agrarios. Sin embargo, muchos de los proyectos muestran dificultad para acceder a suelos de calidad y en condiciones estables –muchos proyectos agroecológicos se sitúan sobre suelos arrendados o cedidos de forma precaria–; y el acaparamiento de tierras por parte de grandes empresas crece en todo el planeta, y también en el Estado español<sup>174</sup>. El acceso a la tierra es un problema acuciante, y es urgente, por lo tanto, disponer de estrategias para asegurar un uso social de la misma.

La propiedad de la tierra, en ciertas fórmulas y situaciones, es un elemento activo en la generación de acción social colectiva y de iniciativas socioeconómicas alternativas, como plantea Raul Zibechi para los movimientos indígenas y campesinos en Sudamérica. Vandana Shiva habla de la *economía del sustento*<sup>175</sup>, para incluir en esta categoría los muchos trabajos no monetarizados que se realizan en la producción de bienes para el autoconsumo, principalmente, la producción

174 Véase “La tierra, un debate a retomar”, *Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, 4, <http://www.soberaniaalimentaria.info/publicados/numero-04/portada-n04>.

175 V. Shiva (2006), *Manifiesto para una democracia de la tierra. Justicia, sostenibilidad y paz*, Madrid, Paidós.

de alimentos y el mantenimiento de los ecosistemas agrarios campesinos, en general sostenidos por mujeres. Para Silvia Federici<sup>176</sup>, la posesión de la tierra –y su reconocimiento legal– han jugado un papel central en la defensa, por parte de las mujeres africanas, de las formas de vida basadas en las economías del sustento. En estos casos, la propiedad de la tierra vincula a los actores sociales con el territorio de forma estable, y permite la emergencia de la vocación por resistir y defender un territorio, ya que este forma parte de la propia identidad de estos actores. Quizá se hace necesario disponer de herramientas para acceder a la propiedad de la tierra, y disponer de fórmulas innovadoras para ejercerla en bien de la comunidad y de las redes alimentarias alternativas. En este proceso, también necesitamos dinero, y ya se han citado algunas experiencias que nos podrían servir de referencia.

Por último, quería retomar el debate sobre lo productivo y lo reproductivo para cerrar este apartado. Los trabajos reproductivos incluyen los trabajos necesarios para la reproducción y el sostenimiento de la vida humana, que a menudo se dan en el ámbito doméstico. Han sido, por lo tanto, invisibilizados como trabajo no monetarizado y como parte de la vida pública<sup>177</sup>. Todos estos trabajos han estado garantizados, históricamente, por las mujeres; y tradicionalmente no han sido reconocidos como trabajo. Sin embargo, resultan absolutamente imprescindibles para la reproducción social y para la vida. Ante el desmantelamiento del Estado del Bienestar, la carga de trabajo de cuidados sobre las mujeres se ha recrudecido, acercándonos poco a poco a niveles de explotación del siglo XIX, tanto en el trabajo productivo como en el reproductivo.

La perspectiva que planteamos pone de relieve el potencial transformador que muestran las redes alimentarias alternativas al ser asumidas como herramientas de la reproducción social colectiva. Sin embargo, la reproducción y el sustento de la fuerza de trabajo y de las personas que participan de estas redes siguen relegados, en la mayoría de los casos, al ámbito privado y, por lo tanto, invisibilizados. Quizá sería excesivo esperar de las iniciativas parciales de las que hablamos que puedan asumir estas cuestiones. En algunos casos de CSA y grupos de consumo se dispone de mecanismos internos de redistribución de riqueza, tales como bonos para familias de rentas bajas y otros. En algunos casos, los miembros de las redes de productores aportan producto cuando a algún miembro le falta producción, debido a alguna causa fortuita y mayor. Pero esto no cubre la gran carga de cuidados, por ejemplo, que requiere la reproducción fisiológica y emocional de las comunidades.

Raúl Zibechi<sup>178</sup> nos aporta algunas claves para definir posibles líneas de acción a este respecto. Analiza las formas de acción colectiva de las mujeres de las barriadas populares autoconstruidas en diversos lugares de Sudamérica, para cubrir

176 S. Federici (2014), *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*, Madrid, Traficantes de Sueños.

177 Se puede profundizar en estos aspectos y en sus implicaciones sociales y políticas, entre muchos otros textos, en S. Federici (2014) *op. cit.*

178 R Zibechi (2011), *op. cit.*, p. 49.

necesidades básicas no cubiertas por el Estado frente a la desposesión en el acceso a un empleo y a los medios de producción. “La fortaleza de las mujeres, y esta es una característica de los movimientos actuales en todo el continente, consiste en algo tan sencillo como juntarse, apoyarse unas a otras, [...] trasladar al espacio colectivo el mismo estilo del espacio doméstico”. Si bien no estamos en la misma situación que en el Chile de los años setenta, en las favelas de Brasil o las villas miseria de Venezuela, Perú o Ecuador, esta experiencia puede servir para convertir en contrapoder popular los estados crecientes de carencia y exclusión que se dan en nuestro territorio. Y tratar de superar la escisión entre lo productivo y lo reproductivo que debilita a las comunidades locales.

## 16 Formas socioeconómicas para la transición social y ecológica

En las páginas anteriores hemos tratado, primero, de recoger algunas ideas para contextualizar los procesos de construcción de redes alimentarias alternativas que se están desarrollando en nuestros territorios. Más adelante, hemos desplegado un conjunto limitado pero bastante variado de proyectos, tanto en sus formas como en los objetivos que los guían, la escala de acción, la antigüedad, los contextos territoriales que los acogen o el tipo de actores que los integran. Desde una perspectiva –en la mayoría de los casos– externa y casi técnica, intentando evitar valoraciones, hemos tratado de profundizar en las claves económicas, sociales y organizativas que permiten funcionar a cada modelo en cada contexto. En las siguientes páginas (capítulo 15) hemos tratado de sacar algunas líneas en común y divergencias generales entre los proyectos analizados, para ver qué cosas aplicables a nuevos contextos y situaciones podemos aprender. En las siguientes páginas ampliamos de nuevo el foco hasta tratar de alcanzar una perspectiva de gran angular, intentando identificar claves acerca de la relación entre las redes alimentarias alternativas y los procesos más amplios de transformación social y ecológica.

### El grito que nos une y la necesidad de un mundo nuevo

En mi opinión, todas las propuestas que hemos analizado en la segunda parte de este texto parten de un rechazo profundo a cómo se organiza la economía en la sociedad del capitalismo global en la que vivimos, y de las formas de vida a las que nos vemos sometidos en esta civilización urbano-industrial que hoy resulta hegemónica en el mundo. Son formas de organizar la economía que rechazan las formas hegemónicas, generadoras de miseria y destrucción ecológica a gran escala, la cosificación de las cosas y las personas y el enfrentamiento entre personas y pueblos en base a la competitividad. Son fruto de gritos de rechazo y resistencia<sup>179</sup> a unas vidas subordinadas a la reproducción del capital, de estar hartos de estados paternalistas que nos impiden afirmarnos como personas y comunidades, y de

179 En el sentido que propone J. Holloway (2003), *op. cit.*

aparatos represores que protegen a las personas que cada vez acumulan más poder frente a las que cada vez tienen menos. A partir de este rechazo a la hegemonía capitalista en el mundo en que vivimos, personas y grupos diversos encontramos un espacio en el que juntarnos.

Todos estos proyectos surgen del cansancio de apretarnos el cinturón para esperar un futuro de abundancia que nunca llega y que no queremos. Cansadas de que nos intenten convencer de que lo que queremos en esta vida es tener más cosas. Cansadas de que nos digan que solo se puede ser libre como individuo aislado. Cansadas de que nos engañen cuando hablan de derechos universales, de paz y de justicia. Cansadas de guerras sangrientas para mantener los beneficios de los poderosos y la explotación descontrolada de los ecosistemas. Cansadas de partidos políticos que traicionan a quienes les votan, y cansadas de esperar cuatro años para descubrir una a una estas traiciones. Cansadas de que las personas e instituciones poderosas definan lo que está bien y lo que está mal, y de que las cosas solo puedan ser de una manera, la que ellas dicen. Cansadas de que nos digan que no sabemos, mientras vemos que las decisiones de los poderes cada vez nos hunden más en la miseria y la destrucción.

Pero detrás de este rechazo, de este grito, en estos proyectos también hay una necesidad urgente de vivir de otra forma: de organizar las relaciones económicas entre las personas de una forma diferente y alternativa; y de reorganizar las relaciones entre sociedad y naturaleza de forma que no sigamos destruyendo nuestro entorno. Un deseo incontenible de afirmar y demostrarnos que somos capaces de hacer, de organizar y gestionar las cosas de otra manera. De producir cosas útiles, con valor social, sin necesidad de aplastar a otras personas. De hacer las cosas bien y con dignidad. Un deseo imparable de existir, de decidir y de crear un mundo de relaciones sociales distinto. De vivir, más allá de la misera cotidiana en el capitalismo, la única vida que tenemos.

## **La experimentación de nuevas formas socioeconómicas**

Cada uno de los proyectos que hemos reseñado en la segunda parte de este texto pueden ser explicados como modelos definidos de organización socioeconómica. Muestran formas flexibles y en constante evolución, en relación con la propia evolución de las personas y grupos que las conforman. Y en diálogo con su entorno, que también cambia, tanto el entorno más micro, cotidiano y cercano como el entorno global. Cada propuesta responde a unas claves más o menos estables, una lógica interna que se expresa en unos valores determinados, objetivos compartidos, formas de hacer y formas de relacionarse en el interior y en el exterior del colectivo, y a un mapa cognitivo acerca del mundo más o menos compartido. Sin estas "culturas de grupo", que van mucho más allá de las definiciones, normas y acuerdos explícitos, la permanencia de estas iniciativas sería imposible.

En general, cada una de las combinaciones que encontramos son únicas e irrepetibles. Sin embargo, cada combinación de elementos debe mantener una

cierta coherencia, tanto interna como en relación con el entorno, para que la iniciativa sea operativa: para que funcione<sup>180</sup>. Cada iniciativa responde a una cultura de grupo determinada –y además, en constante evolución<sup>181</sup>–, y es importante que la conozcamos y comprendamos para poder, de alguna forma, comprender la evolución del propio grupo. Para poder reflexionar y aprender sobre nuestro experimento vital y colectivo, y poder acompañar su propia evolución para realizar los ajustes necesarios.

Conocer qué combinaciones de todos estos elementos de “culturas de grupo” pueden adquirir esa coherencia. Qué disonancias y contradicciones hay entre unos aspectos y otros, de entre las infinitas formas distintas que podemos desarrollar. Comprender la lógica interna de los procesos por los que se llega a adoptar una forma y no otra para desarrollar unos objetivos determinados, en un momento y un territorio concretos. Dónde están los cuellos de botella que hacen que una iniciativa no cumpla sus objetivos, y qué elementos permiten que crezca, se multiplique o se fortalezca. Especialmente, aquellos elementos que definen su “esencia” transformadora, lo que nos diferencia de aquello frente a lo que queremos ser alternativos. A menudo, para mantener los proyectos vivos, es necesario priorizar y reducir objetivos, o realizar cambios y ajustes; y es importante identificar qué cambios fortalecen esa esencia o permiten la supervivencia del proyecto sin dañar su integridad. Y, a la vez, identificar qué cambios o decisiones nos harían perder el camino hacia aquello a lo que queremos llegar.

Ser capaces de explicar, de alguna manera, esta esencia de los proyectos –aquellos elementos característicos y a la vez esenciales que definen y dan forma a los experimentos sociales a los que damos vida– también es importante. Ser capaces de explicar la lógica interna y profunda de un proyecto en pocos minutos significa, para mí, que ese proyecto tiene coherencia interna, y que esta coherencia está integrada en las vidas de las personas que forman ese proyecto. Cuando somos capaces de captar y explicar esta esencia, significa que tenemos un modelo: algo que sintetiza la esencia de lo que hacemos, que podemos estudiar y analizar, sobre lo que podemos reflexionar y con lo que podemos aprender. Entonces también somos capaces de transmitir la energía que emana de un proyecto, que a la vez es un artefacto, una construcción o un diseño social. Compartir esta energía con otras personas o proyectos es un momento constituyente de nuevos lazos y de nuevos proyectos alternativos.

---

180 Sobre la coherencia en las redes de desarrollo rural sustentable se puede consultar una interesante revisión bibliográfica en Ventura *et al.* (2008), “The rural web. A synthesis”; en J. D. Ploeg y T. Marsden (coords.), *Unfolding webs: the Dynamics of regional rural development*, Assen, Van Gorcum.

181 En el texto *Los pies en la tierra. Experiencias y reflexiones hacia un movimiento social agroecológico* (Virus, 2006) todas las iniciativas participantes reconocían en sus proyectos un fuerte carácter “experimental”. Más allá, el carácter experimental de los proyectos, y su naturaleza cambiante y en constante adaptación respecto al interior y al exterior de los colectivos participantes, se reconocía como un rasgo identitario central en cuanto al propio “movimiento agroecológico” del que, entendíamos, formábamos parte.

Y a la vez refuerza el modelo explicado, pues puede ser puesto en cuestión y, por lo tanto, reforzado desde otras perspectivas en la superación de sus contradicciones internas.

Necesitamos nuevos modelos, explicables y replicables –adaptados a cada nuevo contexto, por supuesto–, y a la vez tan reales como su existencia, para construir nuevas narrativas de lo que es posible y lo que no lo es; lo que somos capaces de hacer y lo que no; lo que es real y lo que no lo es. El nuevo mundo es posible porque ya existe en estos proyectos, y debemos ser capaces de comunicarlos y de destilar las claves que los convierten en alternativos y a la vez permiten que funcionen. Es importante nombrar lo que hacemos y por qué lo hacemos<sup>182</sup>. Y para eso necesitamos modelos –no reduccionistas– que prendan como mechas en nuestros cuerpos e imaginarios colectivos, para que más personas continúen abriendo caminos más allá del capitalismo.

Mi intención con este libro ha sido poner el foco en el presente, en lo que estamos haciendo aquí y ahora, para tratar de identificar qué hay de transformador –radicalmente transformador– en las formas socioeconómicas alternativas que se están desarrollando en nuestros territorios globalizados y posindustriales. No busco formas puras, revolucionarias y no capitalistas. Queramos o no, las personas que las conformamos hemos sido educadas y socializadas en el individualismo y la competitividad; y las desarrollamos en un contexto de fuerte hegemonía del capitalismo global, con el que nos relacionamos constantemente. Como tales, todo nuestro deseo de salir del capitalismo no puede sino estar atravesado por profundas contradicciones.

Un *a priori* del que parte este análisis es que no es posible, como a veces se plantea para las propuestas alternativas, *salirse del sistema*. Como dice Raúl Zibechi, “el éxodo no es opción practicable. [...] No hay afuera al que emigrar”<sup>183</sup>. Entonces nuestra perspectiva no puede ser estática ni maniquea, buscando verdades puras y sucesos definitivos. Nuestro avance es por crear, en este mundo en el que vivimos bajo la hegemonía capitalista, las condiciones para que lo nuevo y transformador vaya teniendo cada vez más espacio, y para que se mantenga en el tiempo. Para que cada vez puedan emerger con más fuerza y claridad sus rasgos alternativos y transformadores, especialmente aquellos rasgos que aún no somos capaces, siquiera, de imaginar.

Siguiendo a John Holloway<sup>184</sup>, “tenemos que buscar la presencia confusa y contradictoria de la rebelión en la vida cotidiana. [...] En el mundo de la posible emancipación, la gente no es lo que parece. Más aún, no son lo que son. No están contenidos en identidades, sino que las sobrepasan, brotan de ellas, se mueven en contra y más allá de ellas. [...] Lo importante no son sus limitaciones presentes,

---

182 A partir de la propuesta de Paulo Freire de “aprender a leer la palabra y a leer el mundo”, planteo esta necesidad de establecer nuestro propio lenguaje sobre lo que hacemos y lo que queremos hacer -saber y poder leer *nuestro* mundo nuevo-, como paso necesario para poder pensar y hacer de nuevo más allá de las gramáticas del capitalismo.

183 R. Zibechi (2011), *op. cit.*

184 J. Holloway (2003), *op. cit.*

sino la dirección del movimiento, el empuje en-contra-y-más-allá (del capitalismo), el impulso hacia la autodeterminación social. [...] Nuestro enfoque sugiere un criterio diferente: esta acción o forma de organización ¿nos hace avanzar hacia la autodeterminación social?, ¿está prefigurando una sociedad autodeterminada? [...] El problema práctico y teórico es cómo pensar, articular y participar en un movimiento en-contra-y-más-allá (del capital) inherente a tales resistencias”.

## **Cada forma sirve para unos objetivos y un contexto, y no para otros**

Necesitamos formas de organizar la economía que permitan aflorar nuevas formas de relación basadas en el apoyo mutuo y el bien común. Que nos permitan experimentar, equivocarnos y reaprender a relacionarnos más allá de la competitividad y el individualismo, entre las personas y con el mundo que nos rodea. Porque nos hemos criado en el capitalismo, nos rodea por todos lados con gran violencia y vive dentro de nosotros. Necesitamos formas de organizar el cotidiano y de satisfacer nuestras necesidades más básicas, que sean nuevas y creativas, porque lo que tenemos a mano no nos sirve. Y empezaremos a recrearlas aquí y ahora, con lo que somos y los recursos –materiales y simbólicos– que tenemos a nuestra disposición. No tenemos tiempo ni ganas de esperar a que se cumpla ninguna profecía –¿el desarrollo de las fuerzas productivas?, ¿la cristalización de la conciencia de clase?– de la noche al día. Ni a que nos avisen el día en que se haga la revolución de que hay que salir a las calles a morir bajo no se qué bandera. Pero tampoco podemos quedarnos quietos.

Hasta que no experimentamos, no cobramos conciencia de la importancia de la propia experimentación, ni de su potencial para transformar nuestras mentes y cuerpos. Como decía aquel viejo lema, vinculado con la okupación y los movimientos autónomos juveniles a partir de Mayo del 68: “Si no vives como piensas, acabarás pensando como vives”. Es importante experimentar formas alternativas de vida para poder imaginar un poco más allá; para tener fe en que es posible vivir de otra manera y que esa fe nos anime a imaginar y luchar por que las cosas –nuestra vida– sean distintas. Hasta que no desarrollamos las ideas en la práctica, en la realidad, tampoco descubrimos la debilidad de algunos elementos de nuestros relatos sobre el mundo, ni muchos de los aciertos y potenciales de transformación que esconden. Tampoco resulta fácil, sin recurrir a la experiencia, conocer qué formas sociales o económicas van a resultarnos adecuadas u operativas, de entre el gran acervo acumulado por los movimientos sociales emancipatorios. Ni siquiera resulta fácil identificar el carácter esencialmente transformador –o no– de una forma u otra de organizar la cadena alimentaria, ni su carácter innovador. Por eso me parece importante experimentar estas ideas y darles forma en proyectos sociales concretos.

Tenemos que empezar a preparar el mundo nuevo aquí y ahora, en lo local y en procesos parciales de la vida colectiva, porque es lo que podemos hacer. Sabemos que tenemos que acumular fuerzas para generar cambios mayores, pero esta será nuestra forma de acumular fuerzas: construir procesos sociales que cubran algunas de nuestras necesidades a través de estructuras y procesos sociales no capitalistas. En palabras de Zibechi, “no es que los cambios consistan en la recuperación de los medios de producción, sino que esa recuperación abre la posibilidad de que los cambios se produzcan”<sup>185</sup>. Conseguir que nuestras estructuras socioeconómicas funcionen será una herramienta de movilización mucho más potente que muchos textos o conferencias. Estoy seguro de que prácticamente todas las personas que conozco preferirían desarrollar su vida económica dentro de redes basadas en la cooperación, el bien común y la sostenibilidad ecológica... si estas redes funcionan. Entre todas tendremos que decidir qué significa “funcionar”, y esta es una de las cosas que ganamos al hacer las cosas por nosotros/as mismos/as.

El que planteamos es un camino abierto, en el que la duda colectiva –el derecho a dudar en grupo– es la puerta inevitable para desatar procesos de creatividad social, desde lo que somos en el presente y con todas sus contradicciones. “El respeto mutuo, la responsabilidad compartida y también la ignorancia compartida son parte del impulso a la autodeterminación, hacia la creación de una sociedad basada en el mutuo reconocimiento de la dignidad, es decir, necesariamente un proceso de búsqueda y de interrogantes. [...] En una relación de este tipo, nadie puede presumir que tiene la respuesta: la resolución de los problemas es un objetivo común, un movimiento a través de las preguntas”<sup>186</sup>.

Si es la propia comunidad la que define que un determinado emprendimiento social “vale” o es válido para la comunidad (valor de uso), entonces es posible introducir nuestros propios criterios para evaluar su marcha. Podemos evaluarlos desde una perspectiva de proceso, contemplando cómo se avanza. Podemos valorar el encaje que permite entre los aspectos productivos y los aspectos reproductivos de la vida en común. Podemos valorar que, simplemente, queremos que se haga de una forma determinada porque es bonito, porque nos gusta o porque nos divierte. Si es la comunidad la que sostiene un determinado emprendimiento socioeconómico, entonces la comunidad definirá qué necesidades debe cubrir ese emprendimiento. Y seguramente estas no son solo necesidades de económicas, sino muchas otras<sup>187</sup>.

185 R. Zibechi (2011), *op. cit.*, p. 90.

186 J. Holloway (2006), *op. cit.*, p. 18.

187 Véase Manfred Max-Neef (1994), *Desarrollo a escala humana*, Santiago de Chile, Nordan Comunidad. En este clásico texto, Max-Neef propone que las necesidades humanas han sido constantes a lo largo de la historia y en todos los territorios del planeta. Define un listado de nueve necesidades humanas básicas: subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, creación, ocio, identidad y libertad. Lo que cambia con los periodos históricos y en las distintas culturas es la forma de satisfacer esas necesidades, lo que él denomina los “satisfactores”, y de entre ellos, él propone buscar aquellos satisfactores que son “sinérgicos”. Esto es, que satisfacen varias necesidades a la vez.

Las distintas formas socioeconómicas que hemos visitado se adaptan a contextos, motivaciones y situaciones de partida muy diversos y, por lo tanto, creo que de todas ellas hay muchas enseñanzas que extraer. Igual que hay algunos rasgos en cada una de las iniciativas presentadas que no me acaban de convencer. Pero prefiero dejar que lo juzgue por sí misma la persona que lea estos papeles y, sobre todo, las personas que están desarrollando cada iniciativa. En cada proyecto económico concreto desarrollamos un modelo social determinado: cómo nos relacionamos entre nosotros, con el fruto de nuestro trabajo o con sus materias primas; cómo distribuimos las responsabilidades; cómo construimos las decisiones u organizamos el aprendizaje colectivo; cómo es la relación entre producción y consumo. Cada modelo resulta funcional para cubrir unos objetivos determinados y no otros; en un contexto determinado y no en otro. Por eso mismo, no tiene sentido pedirle a un proyecto social agroalimentario que cubra todas nuestras expectativas vitales y políticas. De hecho, la gran diversidad y creatividad de formas socioeconómicas que se desarrollan en la actualidad en el mundo son nuestra gran riqueza, y suponen un seguro de vida frente a los riesgos de que el capitalismo y los Estados coopten su potencia transformadora.

## Las personas y los proyectos

Hasta que no llevamos a la práctica estos experimentos, tampoco somos capaces de enfrentar nuestras ideas con nuestras capacidades y motivaciones más profundas: lo que *realmente* nos apetece ser y hacer con nuestra vida. Y quizá estamos proponiendo esfuerzos o formas de vida que ni siquiera nosotros querríamos vivir. Hablamos de experimentos políticos y socioeconómicos, pero con una dimensión vital muy profunda, cuya materia prima son nuestras vidas, nuestros cuerpos, nuestras mentes y nuestras emociones. Tenemos derecho a vivir nuestros sueños, y cuando lo hacemos, ya nadie nos podrá arrebatar la experiencia de libertad. Pero también tenemos derecho a que nuestra motivación política no pase por encima de nosotros y nuestras vidas, aplastándonos como individuos. Ante todo, nuestras alternativas deben generar formas de vida satisfactorias a nivel individual y colectivo, vinculadas con el “buen vivir”.

Creo que debemos ser ambiciosos en cuanto a la gente que queremos que se integre en estas iniciativas. Buscamos transformaciones grandes, y por eso queremos ser mucha gente, acumular muchas fuerzas. Pero no queremos dejar atrás nuestras convicciones sociales y políticas para hacer los procesos más eficientes y funcionales. Y por ello debemos ser creativos para que nuestras formas socioeconómicas se adapten a las condiciones y motivaciones *presentes* de las personas que las conforman, así como a sus trayectorias y proyectos de vida. Esto incluye desde querer tener hijos/as a tener que cuidar alguna persona dependiente, militar en cinco grupos a la vez o tener un irremediable deseo por dormir. Todo esto debe ser legítimo, si actuamos con responsabilidad y con honestidad hacia nosotros mismos y el grupo en cuanto a lo que podemos

y queremos aportar. Cada proyecto debe ser capaz de sacar lo mejor de la gente que quiere participar en él y, por lo tanto, debe adaptarse a la gente que lo conforma. Las cosas se pueden hacer de muchísimas formas distintas, y estamos tan lejos de vivir en el mundo que nos gustaría que no me atrevo a decantarme por unos modelos o por otros. Ni a delimitar muchas y gruesas líneas rojas por donde nunca deberíamos pasar.

No debemos olvidar, hablando de redes agroalimentarias alternativas, que estas redes deben funcionar, en el sentido de satisfacer la necesidad de subsistencia (alimentación) con un coste vital proporcionado. Podemos ponerle precio a las cosas, y entonces hablar de un precio justo para producción y consumo. Podemos no poner precio y hablar de coste vital, que debe ser equilibrado para ambas partes o para las personas integrantes de la comunidad. Podemos contraponer la comodidad de un reparto a domicilio a la responsabilidad colectiva hacia el proyecto común. Podemos plantearnos que consumimos demasiadas cosas superfluas, y que habría que centrar más nuestros recursos monetarios en la alimentación local, estacional y agroecológica. Pero debemos tener en mente la viabilidad personal de las iniciativas que nos planteamos, que deben mantener cierto equilibrio entre el esfuerzo que requieren para funcionar y la satisfacción de necesidades que generan.

Las personas implicadas en este tipo de experimentos somos demasiado valiosas como para terminar “quemadas” o “cansadas” de proyectos que nos exigen demasiado y nos aportan demasiado poco. Por eso tenemos que ser honestas con nosotras mismas, y construir desde ahí formas de vida que nos resulten “vivibles” individual y colectivamente. Hay infinitas formas de hacer las cosas, y siempre hay partes que pueden mejorar para lograr formas sociales que cada vez funcionen mejor, en todos los sentidos. La precariedad o la marginalidad no son nunca un indicador de que un proyecto es transformador, sino de que es precario o marginal. Transformador es lo que transforma; y lo que buscamos son proyectos sociales que generen cambios profundos y estables, en nuestras propias vidas y también a nuestro alrededor. En este sentido, cuidar de las emociones individuales y colectivas también es importante: construir nuestros propios rituales, desde lo que hoy somos, de celebración de la comunidad. De estar juntos y juntas.

Hablamos de proyectos y comunidades –alimentarias– que solo tratan de una parte, importante pero limitada, de nuestras vidas. Hay tantas cosas por experimentar, tantas necesidades colectivas que podemos cubrir desde una perspectiva transformadora y autogestionaria, que hay que buscar formas de hacer converger unos sectores de experimentación socioeconómica –vivienda, formación, alimentación, manufactura, etcétera– con otros. Por sí solos, los proyectos tienen un recorrido y alcance limitados en nuestras vidas. Cuando los proyectos concretos funcionan, cuando ya no requieren el impulso inicial para mantenerse porque efectivamente cubren necesidades y generan satisfacción personal, podemos ir a por el siguiente. La construcción del mundo nuevo no acabará nunca, y debemos hacer nuestros proyectos lo suficientemente vivibles y autosustentables como para que nos queden ganas para más.

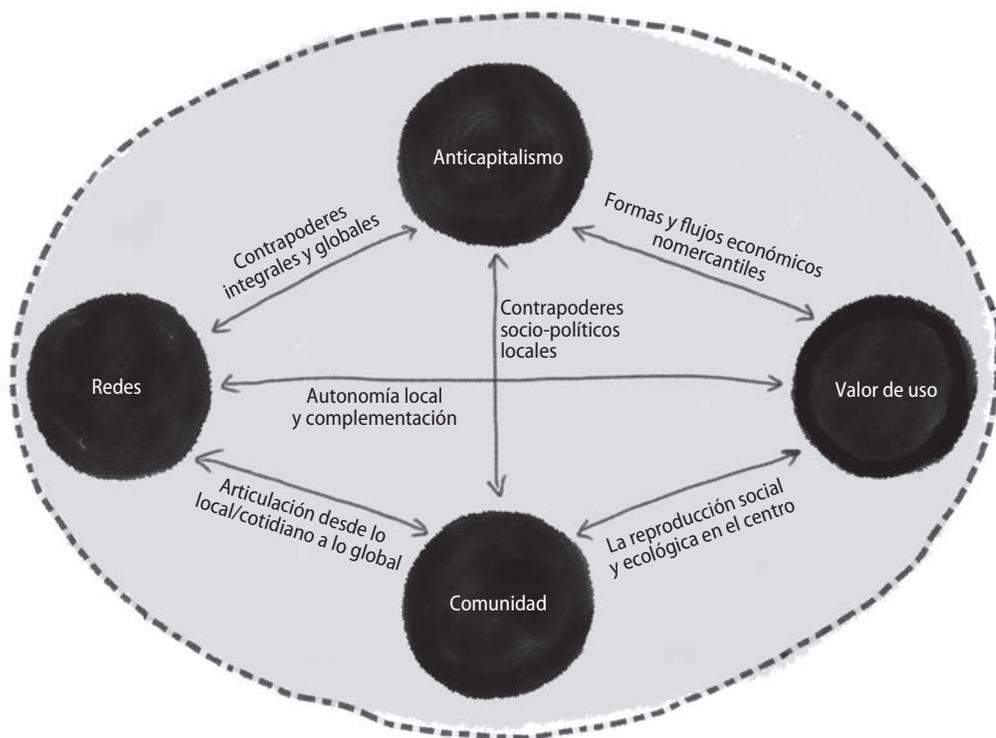
## **Del enfoque sectorial (alimentario) a las propuestas territorializadas**

Las formas socioeconómicas que hemos visitado en este libro se podrían vincular con el ámbito de la agroecología y la soberanía alimentaria. Quizá también con la agricultura ecológica, el desarrollo rural, la ecología política y el ecologismo social. Podríamos haber hablado de fábricas recuperadas, de redes globales de *software* libre o de ocupaciones de viviendas y centros sociales, y muchas de las ideas que manejaríamos serían las mismas. En todos estos campos podríamos hablar de autonomía, de cooperación social en base a la creatividad, de inteligencia colectiva y de recuperar el control sobre nuestros medios de vida. Quizá podríamos hablar, también, de sostenibilidad y de ecología.

A muchas personas habitantes urbanas y rurales la vida nos ha ido acercando a lo agrario y la ecología, y ambos mundos se encuentran en torno a la agroecología. El mundo de lo agroalimentario aporta a los experimentos socioeconómicos alternativos el contacto directo con la tierra y con lo vivo. Y esto aporta una belleza y una materialidad distintas respecto a otras producciones o necesidades humanas que nos podrían servir de base para construir economías alternativas. La alimentación es una necesidad de primer orden, con implicaciones fisiológicas insalvables para la reproducción de la vida. También nos acerca de forma inmediata a los límites físicos de la naturaleza, y creo que en nuestra sociedad necesitamos con urgencia comprender bien lo que suponen estos límites. De una u otra forma, la actividad agraria maneja y controla al menos el 80% de nuestro territorio, pero estamos dentro de una corriente más amplia, que pretende generar en la sociedad cambios más profundos e integrales.

En el anterior capítulo hemos tratado de establecer rasgos en común entre los distintos modelos o formas socioeconómicas analizados en la segunda parte de este libro, así como desgranar cómo las diferentes formas persiguen alcanzar unos objetivos u otros, y algunas de las contradicciones en las que caen. Hemos estructurado la discusión en base a cuatro valores que entendemos como determinantes a la hora de establecer el carácter transformador de estos proyectos. Las interacciones entre estos valores (figura 16.1) definen, de alguna forma, un proyecto en común que va más allá de los procesos vinculados con el sistema agroalimentario. Apuntan algunas claves para un proceso compartido con otros movimientos sociales transformadores que cada vez son más fuertes. Y todos ellos se encuentran en torno al concepto de territorio.

**Figura 16.1. Interacciones entre cuatro valores que definen el carácter transformador de las redes alimentarias alternativas**



El territorio es vital para la reconstrucción de contrapoderes y economías locales, al menos en tres sentidos: como espacio físico para la producción, especialmente para la actividad agraria; como espacio para la convivencia, la generación de confianzas y la recreación del vínculo social; y como espacio para la reconstrucción y la reproducción de identidades localizadas, en oposición a las identidades globales. Sin embargo, desde hace ya siglos, pero especialmente en las últimas décadas, podemos observar cómo el capitalismo global ha transformado el territorio, moldeándolo y deformándolo para ponerlo al servicio de los flujos económicos globales. Ha transformado territorios inmensos en torno a las antiguas ciudades y a lo largo de los grandes ejes de transporte, para concentrar allí a la población y hacerla dependiente del mercado, por la vía del trabajo asalariado y del consumo mercantilizado. Ha diseñado grandes infraestructuras logísticas, de transporte y almacenamiento, de abastecimiento de materias primas, y polos de desarrollo industrial y financiero, concentrando ahí los recursos y el poder y excluyendo así a los territorios no conectados con los flujos globales de energía, materiales e información.

En estos territorios devastados por la urbanización, fragmentados y privatizados, resulta muy difícil construir proyectos de autonomía económica. Los movimientos

transformadores debemos aprender a neutralizar la capacidad de los centros de mando del capitalismo global de disponer el espacio para su beneficio. En palabras de David Harvey, mientras que la clase obrera “no aprenda a enfrentarse a esa capacidad burguesa de dominar el espacio y producirlo, de dar forma a una nueva geografía de la producción y de las relaciones sociales, siempre jugará desde una postura de debilidad más que de fuerza”<sup>188</sup>.

Para Zibechi (2011), los proyectos autonomistas que han recreado formas alternativas de economía y sociedad, tales como los zapatistas en México o los movimientos indígenas en Bolivia o Ecuador, no se pueden entender sin una fuerte vinculación con un territorio físico definido. La territorialización de las luchas y de las construcciones alternativas puede rastrearse en el movimiento colectivista de la Revolución española de 1936, en las huelgas y movilizaciones de la autonomía obrera de los años setenta y ochenta, en los centros sociales okupados de los años noventa y siguientes en el Estado español y también en las asambleas del 15-M en muchas ciudades y pueblos. En estos procesos territorializados los conceptos de barrio y pueblo han sido reconstruidos como espacio de encuentro y agregación, como plataforma para expresar los proyectos alternativos en el espacio. Dentro del desarrollo de las asambleas de barrio del 15-M, los huertos urbanos y los grupos de consumo han jugado un papel importante, como espacio de afirmación y recreación de autonomías personales y colectivas. Acciones que afirman: “Somos capaces de transformar este espacio muerto en algo vivo y útil. Somos capaces de producir”.

Pero la construcción de espacios alternativos no puede dejar de lado la denuncia y la lucha. El poder del capitalismo es cada vez más global y más difuso, parapetado tras los Estados y sus aparatos represivos. Su necesidad de crecimiento continuo y exponencial lleva a que cualquier espacio de resistencia sea demasiado como para ser tolerado. Por eso es necesario articular formas de resistencia en todas las escalas: tanto en el seguimiento y la denuncia de sus desarrollos normativos –desde la escala internacional a la global– como en el rechazo de sus ataques de desarticulación de las conquistas sociales de los movimientos de trabajadores/as. Respecto al sistema agroalimentario, estamos hablando de la privatización de las semillas, los cultivos transgénicos, la biomasa y los agrocombustibles, la nanotecnología, etcétera. También de luchar contra el oligopolio de las grandes cadenas de distribución y producción de insumos agroindustriales, la Política Agraria Común de la UE, la Organización Mundial del Comercio y los tratados internacionales de comercio alimentario, etcétera. En otros sectores de lucha hay también innumerables ataques de los que tendremos que defender a los proyectos de autonomía local.

El proyecto común, en mi opinión, es la construcción de autonomías locales capaces de integrar los procesos políticos, sociales y económicos transformadores que vamos desarrollando. Reconstruir comunidades locales capaces de servir de puntos de encuentro entre las sensibilidades mayoritarias en la sociedad. Y de

188 D. Harvey (2003), *Espacios de esperanza*, Madrid, Akal. Citado en Zibechi (2006).

construir juntas soluciones, que vayan más allá del capitalismo, para las problemáticas –materiales, organizativas y simbólicas– comunes. Todas las herramientas que nos acerquen a este fin me parecen apropiadas, si es que están articuladas en su diversidad y entre las distintas escalas y sectores de acción. Y si generan procesos en que los movimientos sociales y los emprendimientos socioeconómicos alternativos sean cada vez más fuertes.



## Referencias bibliográficas

- A LAS BARRICADAS-NOTICIAS** (2008): *Una experiencia de anarquismo a pequeña escala, Entrevista a Horst Stowasser, del Proyecto A*, <http://www.alasbarricadas.org/noticias/node/8246>.
- ALONSO, L. E.** (1990), *Agrarismo, populismo y división internacional del trabajo*, *Agricultura y Sociedad*, 55.
- ALTIERI, M. A** (1999): *Agroecología. Bases científicas para una agricultura sustentable*, Montevideo, Nordan.
- AUTORÍA COLECTIVA** (2006): *“Los pies en la tierra. Experiencias y reflexiones hacia un movimiento agroecológico”*, Barcelona, Virus.
- BADAL, M.** (2014): *Vidas a la intemperie. Notas preliminares sobre el campesinado*, Madrid, Campo adentro.
- BELLO, W.** (2012): *Food Wars. Crisis alimentarias y políticas de ajuste estructural*, Barcelona, Virus.
- BERGER, J.** (1979): *Puerca tierra*, Madrid, Alfabeta.
- BIEHL, J. y J. M. BOOKCHIN** (1998): *Las políticas de la Ecología Social. El Municipalismo Libertario*, Barcelona, Virus.
- BINIMELIS, R. y C. DESCOMBES** (2010): *Comercialització en Circuits Curts. Identificació i tipologia*, Manresa, Escola Agraria de Manresa.
- BOOKCHIN M.** (1999): *La ecología de la libertad. La emergencia y la disolución de las jerarquías*, Madrid, Nossá y Jara.
- BORDERÍAS, C., C. CARRASCO y C. ALEMANY** (comps.) (1994): *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*, Barcelona, Icaria.
- BORN, B. y M. PURCELL** (2006), *Avoiding the local trap. Scale and Food Systems in planning research*, *Journal of Planning Education and Research*, 26, pp. 195-207.
- CAMARERO, L.A.** (2009). *La sostenible crisis rural*. *Documentación Social*, 155.
- CALATRAVA, J. y M.C. GONZÁLEZ** (2012): *Los Canales Cortos como forma alternativa de comercialización*. *Ae*, 8, pp. 12-15.
- CALLE, A. y D. GALLAR** (2010): *Nuevos movimientos globales. Agroecología: el caso de Europa*, *paper* presentado al ISDA 2010
- CEE** (1957): *Tratado de Roma*, Bruselas, CEE.
- CHAMBERS, R., A. PACEY y L. A. THRUP** (1989): *Farmers first. Farmer innovation and agricultural research*. Londres, IT Publications.
- Chayanov, A. V. (1968): *The Theory of the Peasant Economy*, Mánchester, The Manchester University Press.
- CIMAS** (2012): *Metodologías participativas. Manual*. Disponible en [http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual\\_2010.pdf](http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.pdf)
- CLINE, W. R.** (2007): *Global Warming and Agriculture: Impact estimates by Country*, Center for Global Development and the Peters Institute for International Economics (<http://tinyurl.com/nc4hsr>)
- DE PRADA, C.** (2014): *Propuesta para el establecimiento legal de objetivos de reducción del consumo de pesticidas que se usan en España*, Madrid, Fundación VivoSano-FODESAM.
- DEL VALLE, J.** (2014): *Dime cómo eres y te diré cómo vendes. Canales y estrategias de comercialización del sector hortofrutícola en la Comunidad de Madrid*, tesis de máster, Baeza, Universidad Internacional de Andalucía.

- DELGADO CABEZA, M.** (2010): "El sistema agroalimentario globalizado: imperios alimentarios y degradación social y ecológica", *Revista de Economía Crítica*, 10, pp. 32-61.
- FADÓN, B. y D. LÓPEZ** (2012): *Cómo vender directamente nuestras propias producciones*, Zarza de Granadilla, CEDER-Cáparra.
- FAO** (1993): *Harvesting Nature's Biodiversity*, Roma, FAO.
- FAO** (2011): *Pérdidas y desperdicio de alimentos en el Mundo. Alcance, causas y prevención*, Roma, FAO.
- FAO** (2013): *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo*, Roma, FAO.
- FEDERICI, S.** (2010): *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- FEDERICI, S.** (2014): *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- FORUM CIVIQUE EUROPEENNE** (2002): *El Ejido, tierra sin ley*, Bruselas, Forum Civique Europeenne.
- FREIRE, P.** (1969): *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, México, Siglo XXI.
- FRITZ, T.** (2012): *Globalizar el hambre. Impactos de la Política Agrícola Común (PAC) y de las políticas comerciales de la UE en la soberanía alimentaria y los países del Sur*, Madrid, Ecologistas en Acción.
- GALLAR, D.** (2011): *La construcción de la Universidad Rural Paulo Freire*, tesis doctoral, Córdoba, Universidad de Córdoba.
- GLIESSMANN, S. R.** (2002): *Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible*, Turrialba, LITOCAT-CATIE.
- GÓMEZ MENDOZA, J.** (2001): "Las 'nuevas' funciones socioeconómicas y medioambientales de los espacios rurales", en García Pascual (coord.), *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades*, Madrid, MAPA.
- GONZÁLEZ, J. Y L. Camarero** (1999), "Reflexiones sobre el desarrollo rural: las tramoyas de la postmodernidad", *Política y Sociedad*, 31.
- GRAIN** (2011): *El gran robo de los alimentos*, Barcelona, Icaria.
- GRAF, B.** (2006): *Longo Mai: Révolte et utopie après 68. Vie et autogestion dans les Coopératives Européennes*, Basilea, Thesis.
- GRANOVETTER, M.** (1985): "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91, 3.
- GROS, A.** (coord.) (2010): *A taula! Manual per a la introducció d'aliments ecològics i de proximitat a l'escola*, Barcelona, Generalitat de Catalunya
- GUHA, R.** (1983): *Elementary Aspects of Peasant Insurgency in Colonial India*, Delhi, Oxford University Press.
- GUHA, R. Y S. Chakravorty** (1988), *Selected subaltern studies*, Oxford, Oxford University Press.
- GUNDER FRANK, A.** (1979): *Acumulación dependiente y subdesarrollo*, México, Era.
- GUZMÁN CASADO, G. I., E. SEVILLA GUZMÁN y M. GONZÁLEZ DE MOLINA** (2000): *Introducción a la Agroecología como desarrollo rural sostenible*, Madrid, Mundi-Prensa.
- HABERMAS, J.** (1989): *El discurso filosófico de la modernidad*. Madrid, Taurus.
- HARVEY, D.** (2003): *Espacios de esperanza*, Madrid, Akal.

- HILL, H.** (2008): *Food Miles: Background and Marketing*, ATTRA-National Sustainable Agriculture Information Service, National Center for Appropriate Technology.
- HOLLOWAY, J.** (2003): *Cambiar el mundo sin tomar el poder. El significado de la revolución hoy*, Barcelona, El Viejo Topo.
- HOLT GIMÉNEZ, E.** (ed.) (2013): *iMovimientos alimentarios unidos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios*, Barcelona, Icaria.
- ILBERY, B.** (1998): "From agricultural productivism to post-productivism". En Ilbery y Bowler: *The geography of rural change*. Addison Wesley Longman, UK.
- INTERNATIONAL ASSESSMENT OF AGRICULTURAL KNOWLEDGE, SCIENCE AND TECHNOLOGY FOR DEVELOPMENT (IAASTD)** (2008): *Informe Mundial* (<http://tinyurl.com/6r82ry>).
- LIKINIANO ELKARTEA** (2001): *Todo el poder a la asamblea. Vitoria 3 de marzo de 1976, en sus documentos*, Bilbo, Likiniano Elkartea.
- LÓPEZ, D.** (2004): "Huertas agroecológicas para Madrid. Cultivo y consumo cooperativos", *La Fertilidad de la Tierra*, 16.
- LÓPEZ, D.** (2006): "Agricultura ecológica y campesina en Nueva York", *La Fertilidad de la Tierra*, 21.
- LÓPEZ, D.**, (2007): "Los AMAP, contrato entre agricultores y consumidores", *La Fertilidad de la Tierra*, 28.
- LÓPEZ, D.** (2007b): "Longo Maï: una experiencia actual de colectivismo agrario", *La Fertilidad de la Tierra*, 29.
- LÓPEZ, D.** (2012): "Entrevista con Fernando Fernández Such: Superar la burocracia que frena la Soberanía Alimentaria", *La Fertilidad de la Tierra*, 48.
- LÓPEZ, D.** (2012b): "Circuitos Cortos de Comercialización para el vacuno ecológico", *La Fertilidad de la Tierra*, 49.
- LÓPEZ, D.** (2012c): "Tejer agroecología. Las metodologías participativas en la construcción de circuitos cortos de comercialización para la agricultura ecológica", En actas del *IV Congreso Internacional de Agroecología y Agricultura Ecológica*, Vigo, Universidade de Vigo.
- LÓPEZ, D.**, (2013): "20 años de cooperativas de consumo agroecológico", *La Fertilidad de la Tierra*, 52.
- LÓPEZ GARCÍA, D.** (2013b): "La agricultura urbana y periurbana se ha convertido en una posibilidad de mantener los lazos sociales en una sociedad que se desmorona. Entrevista a Erik Holt Giménez, director de Food First", *La Fertilidad de la Tierra*, 53.
- LÓPEZ, D.** (2014): "Redes cooperativas de productores ecológicos para el consumo de proximidad", *La Fertilidad de la Tierra*, 57.
- LÓPEZ, D.**, I. Bermejo y E. Otero (2013): *iBienvenida, Miss PAC!*, disponible en: [www.ecologistasenaccion.org/article27140.html](http://www.ecologistasenaccion.org/article27140.html).
- LÓPEZ, D.** y **G. I. GUZMÁN** (2013): "Metodologías participativas para la Transición Agroecológica", *Cuadernos Técnicos de SEAE*, 10, Catarroja, Sociedad Española de Agricultura Ecológica.
- LÓPEZ, D.** y **J. A. LÓPEZ LÓPEZ** (2003): *Con la comida no se juega. Alternativas autogestionarias a la globalización capitalista desde la agroecología y el consumo*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- LÓPEZ, D.** y **E. MONTERO** (2013): *Conclusiones del II SIECCC: Agroecología y soberanía alimentaria, hacia modelos alimentarios basados en la comunidad*, Ecologistas en Acción, <http://www.ecologistasenaccion.org/article26545.html>

- LÓPEZ, D. y G. TENDERO** (2014): *Sembrando alternativas. Un pequeño manual práctico de dinamización local agroecológica*, Madrid, Campo Adentro. También disponible en <https://seminariodlae.wordpress.com/>.
- LÓPEZ, D. y A. VARELA** (2008): "Hacia la integración de la problemática del trabajo migrante en la perspectiva del desarrollo rural agroecológico en España", comunicación presentada en el *I Seminario Internacional sobre Trabajo migrante y cadenas agrícolas globales*, Universidad de Murcia, Murcia.
- MACEIRAS, P.** (2013): *Entrevista a Carlos Taibo sobre Repensar la Anarquía* (2013), <http://www.carlostaiibo.com/articulos/texto/?id=478>.
- MAGRAMA** (2012), *Caracterización del mercado de productos ecológicos en los canales especialistas de venta*, Madrid, MAGRAMA.
- MARSDEN, T. K. y R. SONNINO** (2008): "Rural development and the regional state: Denying multifunctional agriculture in the UK", *Journal of Rural Studies*, 24.
- MARTÍNEZ ALIER, J.** (2005): *El ecologismo de los pobres*, Barcelona, Icaria.
- MAULEÓN, J. R.** (2011): *Mercados de agricultores en España: diagnóstico y propuestas de actuación*, [http://www.ceddar.org/content/files/articulof\\_357\\_05\\_Ager-13,02-Mauleon.pdf](http://www.ceddar.org/content/files/articulof_357_05_Ager-13,02-Mauleon.pdf).
- MAX-NEEF, M.** (1994): *Desarrollo a escala humana*, Santiago de Chile, Nordan.
- MEZZADRA, S.** (ed.) (2008): *Estudios Postcoloniales. Ensayos fundamentales*, Traficantes de Sueños. Madrid.
- MITCHELL, C. C. y J. W. EVEREST** (1995): "Soil testing and plant analysis", Dept. Agronomy & Soils, Auburn University. [www.clemson.edu/agrvlb/sera6/SERA6-ORGANIC\\_doc.pdf](http://www.clemson.edu/agrvlb/sera6/SERA6-ORGANIC_doc.pdf)
- MOLINERO, F.** (2006): "La evolución de la agricultura en España: tradición, modernización y perspectivas", *Norba. Revista de Geografía*, 11, pp: 85-106.
- MORMONT, M.** (1994): "La agricultura en el espacio rural europeo", *Agricultura y Sociedad*, 71.
- MOYANO, E.** (2002): "Acción colectiva y organizaciones profesionales en la agricultura". En González y Gómez Benito (2002), *Agricultura y sociedad en el cambio de siglo*, McGraw-Hill, Madrid.
- MOYANO, E. y F. ENTRENA** (2002): "Cooperativismo y representación de intereses en la agricultura española". En J.J. González y C. Gómez Benito, *Agricultura y sociedad en el cambio de siglo*, McGraw-Hill, Madrid.
- NAREDO, J.M.** (2004): *La evolución de la agricultura en España (1940-2000)*. Granada, Universidad de Granada. VI Edición.
- OBSERVATORIO OCUPACIONAL DEL SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL (OOSPEE)** (2012): *Informe sobre el mercado de trabajo de los extranjeros*, Ministerio de Trabajo e Inmigración, Madrid, [http://www.sepe.es/contenido/observatorio/mercado\\_trabajo/1887-4.pdf](http://www.sepe.es/contenido/observatorio/mercado_trabajo/1887-4.pdf).
- OMS** (2008): *The Global Burden of Disease – 2004 update*, Ginebra, OMS.
- OMS** (2012): "Obesidad y sobrepeso", nota descriptiva 311, Ginebra, OMS (<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>).
- PALERM, Á.** (1980): *Antropología y marxismo*, México, Nueva Imagen.
- PÉREZ OROZCO, A.** (2005): "Economía del Género y Economía Feminista, ¿conciliación o ruptura?", *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 10, 24.
- PÉREZ-VITORIA, S.** (2010): "El retorno de los campesinos", Barcelona, Icaria.
- PLOEG, J. D.** (2010): *Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentarios*, Barcelona, Icaria.

- PLOEG, J. D., N. LONG y J. BANKS** (2002): *Living Countrysides. Rural development processes in Europe: the state of art*, Doetinchem, Elsevier.
- POLANYI, K.** (2012): *La Gran Transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*, Madrid, FCE.
- PREBISCH, R.** (1949), "El desarrollo en América Latina y algunos de sus principales problemas", *El Trimestre Económico*, 16 (63).
- PRÜSS-USTÜN ET AL. A.** (2011): "Knowns and Unknowns on Burden of Disease due to Chemicals: A Systematic Review", *Environmental Health* 10(9).
- ROMERO PINO, M. T. et al.** (2005): *Dietario/recetario para el proyecto de alimentos ecológicos para escolares de Andalucía*, Sevilla, Junta de Andalucía
- ROSSET, P.** (2004), "Food Sovereignty: Global Rallying Cry of Farmer Movements", *Institute for Food and Development Policy Background*, 9, 4.
- SÁNCHEZ DE PUERTA, F. y J. TABERNER** (1995): "Innovación y alienación en la agricultura. Una perspectiva socioecológica", en *Agricultura y Sociedad*, 74.
- SEVILLA GUZMÁN, E.** (2006): *De la sociología rural a la agroecología*. Barcelona, Icaria.
- E. SEVILLA GUZMÁN** (coord.) (2012): *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces.
- SEVILLA GUZMÁN, E. y M. GONZÁLEZ DE MOLINA** (1993), *Ecología, Campesinado e Historia*, Madrid, La Piqueta.
- SHIVA, V.**(2006): *Manifiesto para una democracia de la tierra. Justicia, sostenibilidad y paz*, Madrid, Paidós.
- SINGER, H. W.** (1981), "Tendencias recientes del pensamiento económico sobre países subdesarrollados", en *Estrategia del desarrollo internacional, Ensayos sobre el atraso económico*, México, Fondo de Cultura Económica.
- SOLER, C.** (2012): *La soberanía alimentaria en las mesas del colegio*, Madrid, Amigos de la Tierra.
- SOLER, M. y D. PÉREZ** (2013): "Canales cortos de comercialización alimentaria en la construcción de sistemas agroalimentarios alternativos". En Cuéllar *et al.*, *Procesos hacia la soberanía alimentaria*, Barcelona, Icaria. pp. 63-80
- STERN, N.** (2006): *The economics of Climate Change: The Stern Review*, en F. N. *et al.* (2014), Londres, Tubiello. "Agriculture, Forestry and other Land Use Emissions by sources and removals by Sinks. 1990-2011 Analysis" [Working paper ESS/14-02, FAO Statistics Division, Roma, FAO].
- TAIBO, C.** (2010): *Libertari@s. Antología de anarquistas y afines para uso de las generaciones jóvenes*, Madrid, Los Libros del Lince, 2010.
- TAIBO, C.** (2013): *Repensar la anarquía. Acción directa, autogestión, autonomía*, Madrid, La Catarata
- TOLEDO, V. M.** (2000), *La paz en Chiapas*, México, Quinto Sol.
- TOLEDO, V. M. y N. BARRERA-BASSOLS** (2008): *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*, Barcelona, Icaria.
- VELÁZQUEZ, S.** (2012): *El potencial de los Canales Cortos de Comercialización como herramienta de transición agroecológica en Extremadura. Una visión desde el sector hortofrutícola*, tesis de máster, Zaragoza, Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza.
- VENTURA ET AL.** (2008), "The rural web. A synthesis"; en J. D. Ploeg y T. Marsden (coords.), *Unfolding webs: the Dynamics of regional rural development*, Assen, Van Gorcum. Disponible en: [http://www.academia.edu/3270312/The\\_rural\\_web\\_A\\_synthesis](http://www.academia.edu/3270312/The_rural_web_A_synthesis).

- VETERINARIOS SIN FRONTERAS** (2011): *Una injusticia llamada PAC*, Barcelona, VSF.
- WEZEL, A., S. BELLON, T. DORÉ, C. FRANCIS, D. VALLOD y C. DAVID** (2009): "Agroecology as a science, a movement and a practice. A review", *Agronomy for Sustainable Development*, 29.
- WILLER & LERNAUD** (2013): *The World of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2013*, Ginebra, FiBL-IFOAM.
- WOLF, E. R.** (1989): *Europa y los pueblos sin historia*, México, Fondo de Cultura Económica.
- ZIBECHI, R.** (2011): *Territorios en resistencia. Cartografía política de las periferias urbanas latinoamericanas*, Barcelona, Virus-Zambra.

### **Páginas web:**

- Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH!): <http://bah.ourproject.org/>.
- Campaña "No al TTIP": <http://noalttip.blogspot.com.es/>
- EcoAgroCulturas, proyecto de Fomento de la Agricultura Ecológica, Extremadura, Castilla-La Mancha y Andalucía (2009-2011): <http://www.ecologistasenaccion.es/rubrique440.html>
- Ecologistas en Acción, Área de agroecología, soberanía alimentaria y mundo rural: <http://www.ecologistasenaccion.es/rubrique23.html>
- Ecos del Tajo, agricultura ecológica en la cuenca del Tajo: <http://www.ecosdeltajo.org>
- Extremadura Sana: <http://extremadurasana.blogspot.com.es/>
- Índice de Precios agrarios en Origen y Destino (IPOD), elaborado por COAG: <http://www.coag.org/index.php?s=html&n=de17fe1e436f03b43409ecceaa6fa75>
- Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, Universidad de Córdoba: <http://redisec.ourproject.org>
- Just Food: [www.justfood.org](http://www.justfood.org)
- Marcha Mundial de las Mujeres: [http://www.marchemondiale.org/index\\_html/es?set\\_language=es&cl=es](http://www.marchemondiale.org/index_html/es?set_language=es&cl=es)
- MIRAMAP: Red estatal de AMAPs: <http://miramap.org>.
- La Fertilidad de la Tierra: <http://www.lafertilidaddelatierra.com>
- La Vía Campesina: <http://viacampesina.org/es/>
- Local Harvest, web de información sobre Community Supported Agriculture en los EUA: [www.localharvest.org](http://www.localharvest.org)
- Per l'Horta, colectivo en defensa de la huerta histórica del área metropolitana de valencia: <http://www.perlhorta.info>
- Plataforma por la Huerta Zaragozana: <http://huertazaragozana.blogspot.com.es>
- Plataforma Rural-Alianzas por un Mundo Rural Vivo: [www.plataformarural.org](http://www.plataformarural.org)
- Red de Green Markets de la ciudad de New York: [www.grownyc.org](http://www.grownyc.org)
- Red de Huertos Urbanos de Madrid: <https://redhuertosurbanosmadrid.wordpress.com/>
- Red Terrae, Territorios Reserva Agroecológicos: <http://rlsc.cantabria.es/portal/etiquetas/red-terrae>
- Red "Urgenci", Red Internacional de Agricultura Apoyada por la Comunidad: <http://urgenci.net/>
- Revista "Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas": <http://www.soberaniaalimentaria.info/>

