



TÍTULO

CONSTRUYENDO SOBERANÍA ALIMENTARIA DESDE LA CIUDAD

MADRID, UNA MIRADA AGROECOLÓGICA

AUTOR

Pablo Luis de la Fuente Márquez

Director
Curso

Esta edición electrónica ha sido realizada en 2012

Ángel Calle

Programa Interuniversitario Oficial de Posgrado en Agroecología: un enfoque sustentable de la agricultura ecológica (IV)

© Pablo Luis de la Fuente Márquez

© Para esta edición, la Universidad Internacional de Andalucía



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
 - **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
 - **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
-
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
 - *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
 - *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

MÁSTER DE AGROECOLOGÍA: UN ENFOQUE
SUSTENTABLE DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

**Construyendo
soberanía alimentaria
desde la ciudad.
Madrid, una mirada agroecológica**



Pablo Luis de la Fuente Márquez

Director: Ángel Calle

Diciembre de 2010

Yo diría a ustedes, mis amigas y amigos, que -una cosa que yo he repetido siempre- que en la historia uno hace lo posible, y no lo que se gustaría hacer". "De un lado yo reconozco que sólo lo posible de hoy puede ser hecho, y no lo que me gustaría hacer. Pero inmediatamente yo hablo de la necesidad de viabilizar lo inviable, lo que significa una pelea permanente para cumplir lo posible ya. Y trabajar en el sentido de tornar posible lo que parece imposible.

PAULO FREIRE

Dedico este trabajo a todas esas mujeres que con su trabajo invisible durante mi vida han hecho posible que presente hoy esta tesina. Y una dedicatoria especial a la ISAm, por permitirme trabajar con ellos y hacer posible este trabajo.

ÍNDICE

1. Introducción.....	6
1.1. Motivación.....	10
1.2. Justificación.....	11
2. Objetivos.....	14
3. Marco teórico.....	15
3.1. El consumo agroecológico y responsable.....	15
3.2. Soberanía.....	17
3.3. La Soberanía alimentaria.....	18
3.4. ¿Se puede alcanzar la soberanía alimentaria en una gran ciudad?.....	21
3.5. Enredados.....	24
4. Contexto.....	26
4.1. Pongamos que hablo de Madrid.....	26
4.2. Realidad agrícola de la comunidad de Madrid.....	28
5. Metodología.....	31
6. Análisis.....	34
6.1. Formas de comercialización de productos ecológicos en Madrid.....	34
6.2. Los grupos de consumo agroecológico.....	38
6.2.1 ¿Qué es un grupo de consumo?.....	38
6.2.2 Datos y problemática de los grupos de consumo agroecológico de Madrid.....	43
6.2.3 Problemas clave de los grupos de consumo a través del flujograma de la ISA-m.....	44
6.3. Las redes de consumo en Madrid.....	45
6.3.1.- Historia de las Redes de Consumo Agroecológico de Madrid.....	45
6.3.2.- Enredados a la Madrileña.....	47
6.3.3. Las redes de consumo agroecológico de Madrid.....	48
6.3.3.1- La Red Autogestionada de Consumo.....	48
6.3.3.2- La Coordinadora de grupos de consumo agroecológico de Madrid.....	51
6.3.3.3- Red Agroecológica de Lavapies.....	53

6.3.3.4.- “Bajo el Asfalto está la Huerta” y “Surco a Surco”.....	54
6.3.3.5.- La Garbancita Ecológica.....	56
6.3.3.6.- Red Agroecológica Norte.....	58
6.3.4 ¿Que nos enseñan las diferentes redes de consumo?.....	58
6.4 Redes en la producción.....	60
6.5 La Iniciativa por la Soberanía alimentaria de Madrid.....	62
6.6 La Alianza por la soberanía alimentaria de los pueblos.....	65
6.7 Otros proyectos relacionados con la soberanía alimentaria en Madrid.....	66
6.7.1 Los Huertos Urbanos.....	66
6.7.2 El Banco de semillas.....	67
7. Discusión.....	68
8. Desarrollo práctico.....	74
8.1 Fomento de la red agroecológica sur.....	74
8.2 Fomento de una red agroecológica de pequeños productores.....	75
8.3 Trabajo con la ISA-m.....	76
8.4 Propuesta de indicadores para la soberanía alimentaria para grupos de consumo.....	77
9.- Conclusiones.....	84
Bibliografía.....	86
Anexos I, II, III, IV y V (incluidos en archivos adjuntos)	

RESUMEN

La construcción de la soberanía alimentaria a partir de las herramientas de la agroecología, nos llevará al estudio de la realidad de los movimientos sociales y el consumo alternativo en Madrid, como referencia obligada de otra forma de hacer, creando sistemas agroalimentarios alternativos al actual.

Para el fortalecimiento de este consumo agroecológico y de los productores, se propondrá la creación de nuevas redes y contactos, realizando un estudio detallado de las redes existentes en Madrid, para organizar y generar alternativas realistas a través de sus puntos críticos, con el objetivo de lograr la soberanía alimentaria en el contexto neoliberal de una gran ciudad como Madrid. Por otro lado, se pretenderá reforzar la forma de trabajar la soberanía alimentaria en los grupos de consumo, a través de una propuesta de indicadores.

Una estrategia múltiple, junto con la emergencia de este movimiento agroecológico, nos ayudará a acercar esta soberanía alimentaria a la sociedad y generar cambios reales en el presente.

ABSTRACT

The building up of food sovereignty with organic farming's tools, will take us to the study the authenticity of the social movements and the alternatives of food consumptions in Madrid, as a clear reference for different ways of farming, creating alternative agroalimentary systems to the present one.

To fortify the production and consumption of organic products, I will be proposing the creation of new networks and contacts; also making a detailed study of the existing networks in Madrid; furthermore organize and generate realistic alternatives through its tactically important points, all of this with the objective of obtaining the food sovereignty in the neoliberal context of a great city like Madrid. On the other hand, I will attempt to reinforce the way to work the food sovereignty in the consumption groups, through a proposal of indicators.

A multiple strategy, along with the emergency of this organic movement, will help us to approach this food sovereignty to society and to generate real changes in the present.

1. INTRODUCCIÓN

La alimentación es una de las necesidades básicas más importantes y que más cambios ha sufrido en los últimos cien años. Para satisfacer esa necesidad, desde tiempo inmemorial y que supera la aparición del lenguaje escrito¹, se lleva realizando por parte del ser humano el cultivo de plantas con propiedades alimenticias y terapéuticas, estando su inicio en la Península Ibérica alrededor de los 9000 años a.c. (I. L. Rubio, 1975). Con el tiempo, a estas prácticas se les ha denominado agricultura² y ganadería, y han propiciado a lo largo de la historia distintas formas de organización social, además de distintos sistemas tanto para la producción, como para la distribución y consumo de los alimentos que, de una manera más o menos sostenible, han conseguido perdurar hasta nuestros días (V. Toledo, N. Barrera-Bassols 2008).

Pero antes de centrarnos en este estudio particular, hay que situarse en el contexto, para conocer de dónde venimos, ya que “no es posible pensar ni transformar las sociedades en el presente sin ser conscientes de las inercias heredadas del pasado. Para comprender la fuerza del mismo [...] sobre nuestra sociedad e ideas”. (F. Álvarez Uría y J. Varela, 2004, en E. Sevilla, 2006).

La utilización de los recursos naturales, basada en el autoabastecimiento y en una visión regional de la explotación de los recursos naturales, se ha mantenido por el campesinado a lo largo de milenios (E. Sevilla, 2006). Este sistema campesino, con un gran potencial de sostenibilidad productiva y de justicia social, ha derivado en no pocas ocasiones a lo largo de la historia en la explotación del ser humano por el ser humano, generando sistemas socialmente injustos que provocaban la falta de soberanía de los pueblos (A. Calle et al., 2010).

Baste poner el ejemplo de sociedades feudales, en las que el clero y la nobleza adquirirían una gran parte de las cosechas obtenidas en el campo, o una explotación más cercana en el tiempo, con el uso de la dehesa, paradigma de ecosistema sostenible de ambientes mediterráneos, que se basó en la explotación de una clase desfavorecida, que cambiaba su fuerza de trabajo por restos de leña o simplemente un lugar para vivir (R.

¹ La agricultura tradicional o campesina surge hace unos 10.000 años con el inicio de la domesticación de las plantas y se ha mantenido hasta la actualidad. (V. Toledo y Barrera-Bassols, 2008).

² Etimológicamente agricultura viene de los términos “agri” que viene de agro o campo y “cultura”, como el conocimiento que permite a alguien desarrollar su juicio. (RAE, 2010).

Acosta, 2005).

Este trabajo campesino basaba su funcionamiento en la utilización de insumos no industriales, de un uso eficiente de la energía metabólica y por tanto, en la mayoría de los casos, en un cierre de los ciclos biogeoquímicos, aún desconociendo íntegramente el funcionamiento o existencia de los mismos.

La orientación de la agricultura y ganadería hasta el s XVI será principalmente para el autoabastecimiento, aunque con una creciente orientación mercantil (M. Soler, 2009). Pero el cambio verdaderamente radical, y con consecuencias desastrosas tanto para el medio ambiente como para la estructura social de las poblaciones humanas, principalmente en el medio rural, se produjo a mediados del siglo XX, con la llegada de la conocida como “revolución verde”, auspiciada ésta por las instituciones firmantes de la Brelton Woods, es decir, el BM, FMI y GATT ³, “una estructura que orquestará en todo el mundo la aplicación del modo de uso industrial de los recursos naturales” (Long, 1997 en E. Sevilla, 2006).

Se producirá entonces un cambio en la forma de producción de alimentos, auspiciada por los estados y siguiendo las recomendaciones de la ciencia moderna, y que tendrá consecuencias no sólo en la forma de trabajo, sino en la capacidad de generar el mismo en zonas rurales. De este modo, se concentran las tierras en unas pocas manos, disminuyendo la heterogeneidad tanto de productos como de ecosistemas, y afectando gravemente a la capacidad de autoabastecimiento de las poblaciones humanas, sin tener en cuenta los riesgos asociados a los cambios tecnológicos y socioculturales (Funtowicz y Ravetz, 2000).

Este cambio vino asociado o propiciado por el florecimiento de empresas dedicadas a la producción de insumos agrícolas, provenientes principalmente de la industria química armamentística en auge, y al desarrollo de un trabajo en cadena y con uniformidad productiva gracias a las semillas mejoradas, que vino a denominarse fordismo⁴ (M. Soler, 2009). Además, la necesidad de incorporar gente a las ciudades para potenciar este modelo de desarrollo y control, produjo un paulatino abandono del campo hacia las ciudades, propiciado tanto por los medios de comunicación como por las estructuras estatales y las instituciones mundiales, y por lo tanto, se hurtó ayer y hoy

³ Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional y GATT ahora convertida en la Organización Mundial del Comercio, OMC.

⁴ Fordismo: la palabra viene del inventor de las cadenas de montaje para automóviles, Richard Ford.

la posibilidad de producir alimentos a pequeña escala o de autoabastecimiento y adquirir lo que hoy se ha conocido como soberanía alimentaria.

Toda esta transformación de la agricultura no es posible sin la existencia de unos mercados en expansión, del paulatino aumento del consumo en masa y por lo tanto, de la producción en masa, basada en el uso del monocultivo y de maquinaria cada vez más potente, asociada a grandes industrias de venenos y una efectiva labor de propaganda, que convierte a estos métodos en “cuasi” salvadores de la humanidad. Esto provocará, en un principio, un aumento de la producción global de alimentos y la creación de riqueza a corto plazo para unas pocas manos. Sin embargo, no va a tener en cuenta las externalidades ambientales, los rendimientos a largo plazo de las explotaciones, o el reparto equitativo de los beneficios de la expansión agrícola.

Por lo tanto podemos hablar de la aparición de dos procesos: un proceso de apropiación, en el que las actividades agrícolas tradicionales, basadas en procesos naturales, son transformadas en sectores industriales independientes y reincorporados a la actividad agraria como insumos producidos de forma externa; y un proceso de sustitución de productos agrarios por productos industriales, desarrollando “alimentos fabricados”, que complementa al “proceso de apropiación” industrial en la agricultura (Goodman y Redclift, 1991, en M. Soler, 2009).

En los años 70 se produce una crisis económica general que obliga a cambiar el modelo de producción-consumo, una crisis provocada por la disminución de la demanda de alimentos en el mundo “desarrollado”, principalmente por la saturación de sus mercados, observándose una rigidez en la oferta de productos, existiendo excedentes agrarios y produciéndose una disminución de la rentabilidad. Esto va a provocar una crisis de legitimidad, ya que esos excedentes no se traducirán en una disminución del hambre en el mundo. Aún así, la ONU dio su apoyo a la “revolución verde” en la 1ª cumbre mundial de 1974, “para acabar con el hambre en el mundo”, aunque el resultado fue todo lo contrario (P. Galindo, 2006).

Esto da pie a un periodo que se denomina postfordista o más conocido como la “globalización”, conformándose un sistema agroalimentario complejo (ver Anexo I: Esquema teórico de funcionamiento del sistema agroalimentario) que va a generar principalmente más mercado, controlado por unas pocas empresas.

Se producen semillas, uniformadas y resistentes a sus propios productos

químicos, como “mejoradas” y estarán auspiciadas por una política y legislaciones que les favorecen, mientras que a su vez ponen en riesgo y arrinconan a formas de producir alternativas, como puede ser la ecológica o la campesina (P. Galindo, 2006). Esto provocará una gran disminución de la agrobiodiversidad de especies y variedades, propiciada y conservada durante milenios por la agricultura campesina (ver Figura 1), teniendo su mayor exponente en los organismos genéticamente modificados, con los problemas de contaminación y riesgos a la salud demostrados ya científicamente (J. Carrasco, 2009) y poniendo en riesgo la soberanía y seguridad alimentaria de miles de millones de personas en el mundo.



Figura 1: Fitomejoradores institucionales contra cultivadores campesinos (Fuente: Etc Group, 2009)

La articulación por parte del mundo occidental de políticas transnacionales para controlar el sistema agroalimentario con el programa neoliberal (E. Sevilla, 2006) le otorgará el poder a esos oligopolios (ver Anexo II: Tablas de distribución del mercado del sistema agroalimentario) para fijar precios a su antojo, generando políticas especulativas que han sido denominadas como “dumping”, es decir, disminuir el precio de los productos para apropiarse del monopolio de esas producciones, arruinando a los pequeños productores cuyos ingresos se basan en esos productos⁵.

Esto ha provocado un control de la alimentación, capaz de generar grandes lobbies de poder capaces de influir tanto en las políticas globales como en las de los estados, con extremidades tanto en los medios de comunicación, como dentro de los

⁵ Página web de La Vía Campesina. www.viacampesina.org

propios partidos políticos debido a las “puertas giratorias” entre las empresas y los estados (J. Ferrara, 1998) , imponiendo a una reducida parte de la humanidad una forma de manejo de los recursos naturales, vinculada a la producción de agroquímicos, sin los que no podrían funcionar los nuevos sistemas establecidos por la ciencia (E. Sevilla, 2006).

La degradación ambiental, los grandes expolios y desastres provocados por la agricultura industrial⁶, han esquilado terrenos que cada vez necesitan mayor cantidad de insumos, han generado grandes desequilibrios ecosistémicos y provocado graves emergencias alimentarias (la enfermedad de las vacas locas, pollos locos, etc.). Todo esto ha saltado a la opinión pública debido a la inestimable labor informativa de los grupos ecologistas y movimientos sociales, que han ido generado una desafección alimentaria en gran parte de la población (A. Calle, et al., 2009), mostrando y señalando a la acumulación capitalista como precursora y mantenedora del desarrollo de la actual crisis ecológica (G. Molina y S. Guzmán, 1992 en E. Sevilla 2006).

Este sistema agroalimentario, por tanto, no es sustentable, ni medioambiental, ni socialmente (Gliessman, 2010). Además, según la FAO, se estima que hay 1020 millones de personas desnutridas⁷ en el mundo⁸, siendo unos 15 millones los que están en el mundo “desarrollado”. Esta cifra ha subido espectacularmente en los últimos años, siendo casi 200 millones más que hace cuatro, y gran parte de ellas pertenecen al medio rural. Por tanto, podría decirse que se están hurtando las posibilidades de ese medio rural de poder autoabastecerse y crecer, además de quedar claro que las políticas llevadas hasta ahora para atajar el hambre en el mundo han sido, cuanto menos, desacertadas.

1. 1. Motivación

La motivación para realizar este trabajo es aportar mi granito de arena ante la necesidad de articular a los distintos movimientos sociales, principalmente los relacionados con la agroecología, tanto del campo con la ciudad, como entre ellos mismos, con el fin de ayudar a que llegue a convertirse en un movimiento estable, que

⁶ Como se puede ver en el artículo de Diagonal, “Tablas de Daimiel, agonía de un Parque Nacional”, en el que se explica la degradación ocurrida en el parque por el abuso del regadío.

⁷ Habría que diferenciar entre “alimentarse” y “nutrirse”. Si consiguiéramos valorar estas cifras de una forma real, contando con la capacidad nutricional de los alimentos, o con enfermedades derivadas de una alimentación inadecuada, esta cifra sería aún más alta (P. Galindo, 2006).

⁸ Página web de la FAO. www.fao.org

sea capaz de desarrollar relaciones duraderas, reales y económicamente rentables, además de construir prismas nuevos con los que mirar el futuro.

Por otro lado estaría el conocer, para dar valor y apoyar, las pequeñas realidades transformadoras que existen en mi región, y que mantienen su inquietud de replicarse y desarrollar alternativas al sistema agroalimentario actual, clave para transformar una sociedad injusta y ciega, con su pasado, presente y futuro. Desde un punto de vista más local, estaría el extender el movimiento agroecológico a los municipios del Sur de la Comunidad de Madrid, donde se ha desarrollado mi militancia durante los años anteriores a este trabajo.

Personalmente influye la inquietud de conocer lo que me rodea, de trabajar con las bases y de poder desarrollar los conocimientos adquiridos a lo largo de este Máster en mi entorno más cercano, para fortalecer las mismas tanto de una forma ideológica, como de construcción de escenarios más halagüeños.

Esto me ha permitido trabajar con productores a la hora de crear una organización de los mismos, con la Iniciativa por la Soberanía Alimentaria de Madrid, crear un grupo de consumo en Getafe y la Red Agroecológica Sur.

1. 2. Justificación

Como reacción a la degradación ambiental y al control de las corporaciones, producido por la “revolución verde”, surge en los años 70 la agroecología como respuesta teórica, metodológica y práctica con un enfoque alternativo. Esto estará relacionado con la incorporación activa a la política de asociaciones ecologistas y movimientos sociales, que comienzan a apostar por un tipo de agricultura tradicional, más consciente en el uso de los recursos y evitando el empleo de venenos (M. Soler, 2009).

Para su inclusión dentro del sistema agroalimentario, y en el caso de la Unión Europea, se desarrollan una serie de regulaciones de este tipo de producción, pasando a denominarse agricultura y ganadería ecológica. Sería una producción basada en una normativa clara (Reglamentos 834/2007 y 889/2008⁹), en la que se definen las pautas o estrategias a seguir, así como los diferentes tipos de insumos y cantidades que pueden usarse o no en las prácticas tanto agrícolas como ganaderas.

⁹ Aprobados por el Consejo y la Comisión europea respectivamente.

Aunque existe un cambio en los modelos de producción, no se produce un cambio real en el sistema agroalimentario en el que está inserto. Los grandes oligopolios (Ver Anexo I), ávidos de nuevos nichos de mercado recogen esta propuesta y la incluyen dentro de sus estrategias de marketing y distribución, hacia un consumidor elitista¹⁰ o para lo que se conoce como “lavado verde¹¹”, fomentando una dependencia de estos productores a la hora de distribuir y comercializar sus productos, reduciendo en gran medida sus ingresos y las posibilidades de crecimiento de esta agricultura, insertándola en la cadena alimentaria (ver Figura 2).

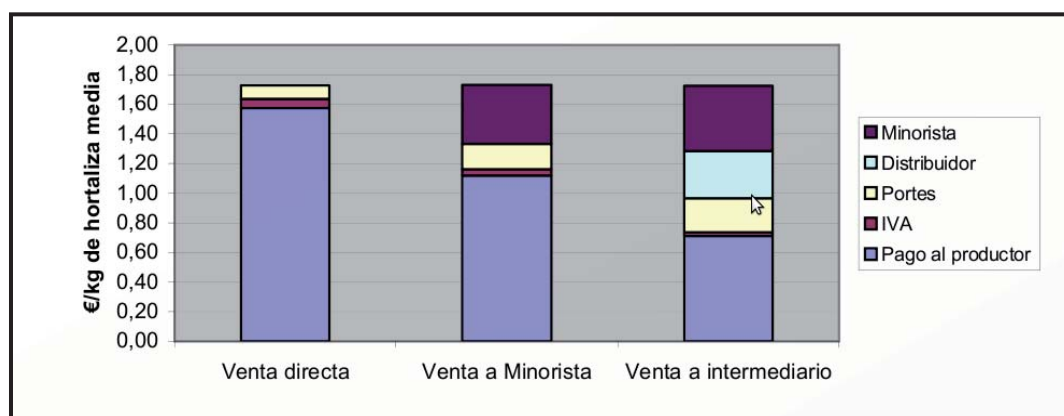


Figura 2: Efecto de la reducción del precio al productor para diferentes cadenas de comercialización para mantener el precio de venta al público (Fuente: G. Trujillo, 2002).

Este modelo de producción, comienza a correr riesgo de cooptación por parte de las antiguas empresas de agroquímicos que ven aquí un riesgo potencial a la hora de comercializar sus productos, por comparación con los ecológicos. El poder de estas grandes corporaciones agroalimentarias, llega a producir núcleos de presión en las políticas certificadoras de la Unión Europea, al permitir dentro de la producción ecológica la permanencia de una pequeña cantidad de transgénicos.¹² De este modo evitan que la agricultura ecológica se convierta en un riesgo para el resto de sus mercados (semillas, insumos, insumos ecológicos, transgénicos), y continúan controlando el resto de eslabones de la cadena, pasando a ser un nicho de mercado más, transformando el intento de sustentabilidad por otra dependencia (insumos y mercado), consiguiendo arrinconar a este tipo de agricultura.

¹⁰ El precio de los productos ecológicos comprados en cooperativas es similar al de productos convencionales en grandes superficies, el precio del producto ecológico aumenta un 48% en estas superficies. (G. Trujillo, 2002).

¹¹ Más información sobre la estrategia del “lavado verde” en <http://sinsofgreenwashing.org>

¹² Para introducirse en los conflictos producidos por los transgénicos se recomienda la página web de Greenpeace, www.greenpeace.org.

Las ventajas de la producción ecológica son innegables, debido a los grados de contaminación y degradación alcanzados en los últimos años por la “revolución verde” (M. Altieri y C. Nichols, 2000) A pesar de ello, aún debe quitarse el peso que la mantiene subyugada, debido a una legislación de semillas que impide el uso de variedades locales y disminuye la diversidad, promoviendo una publicidad que muestre los verdaderos valores de este modo de producción e intentando romper con las mismas dependencias que tienen los productores convencionales con la distribución comercial y que han ido generando el abandono del campo.

Por ello la certificación ecológica por terceros está limitada, tanto por sus propios reglamentos, como por no certificar que sea un comercio justo, tanto social como medioambientalmente hablando (M. Cuéllar, y C. Reintjes, 2009), además es un requisito el pago de la misma, lo que pone en desventaja, por un lado a los productores ecológicos respecto a los convencionales, y por otro a las pequeñas explotaciones ecológicas con las grandes producciones.

Por esto el consumo debe ser dirigido y consciente, decidiendo con quién y cuándo nos gustaría implicarnos, sabiendo los porqués y preguntándonos el cómo, para poder avanzar y desarrollar futuros más sustentables.

Debido al panorama apocalíptico que se nos presenta, la generación de alternativas y el crecimiento de las pequeñas realidades transformadoras que nos rodean se convierten en una prioridad para la agenda política, tanto de los estados y regiones, como de los movimientos sociales. Las alternativas al sistema agroalimentario actual aún son posibles y necesarias, para transformar esta “cadena alimentaria” por una “red campesina”. Convirtiendo esta producción-consumo en lo más agroecológica posible, teniendo en cuenta las diferentes dimensiones proporcionadas por la agroecología (E. Sevilla 2006). Por tanto, hoy más que nunca, es necesaria la soberanía alimentaria.

2. OBJETIVOS

Objetivo general: Descubrir el estado actual del consumo y producción agroecológica en la Comunidad de Madrid, para facilitar la generación de soberanía alimentaria, trabajando en sus principales puntos críticos.

Objetivos específicos:

- Conocer qué es la soberanía alimentaria y el modo de instaurarla en una gran ciudad.
- Descubrir las distintas estrategias para lograr la soberanía alimentaria de Madrid.
- Descubrir qué es y cuál es la problemática principal para el consumo agroecológico en Madrid.
- Analizar las soluciones y formas de organización que se han ido forjando con el tiempo en Madrid.
- Trabajar en la medida de lo posible en los puntos críticos observados, para alcanzar la soberanía alimentaria.
- Impulsar a través de este estudio la creación de nuevas redes de consumo y producción.
- Dar unos indicadores a través de los cuales, se pueda trabajar por parte de los grupos de consumo, la soberanía alimentaria.

3. MARCO TEÓRICO

3. 1. El Consumo agroecológico y responsable

Este estudio se interesa principalmente por la desafección del sistema agroalimentario actual por parte de los consumidores (A. Calle, et. al. 2009), y cómo se han organizado para crear nuevas redes de comercialización para adaptarse a los nuevos tiempos; es decir, se estudiarán “elementos de resistencia específicos, para potenciar las formas de acción social colectiva y que poseen un potencial endógeno transformador” (G. Ottman, 2005), en la que los movimientos sociales puedan articularse a las esferas de la producción y circulación alternativas en el eje centro - periferia (E. Sevilla e ISEC Team, 1995 y Altieri, 1998 en E. Sevilla, 2006).

Por lo tanto se trabajará el consumo no únicamente como un cambio de hábitos hacia una alimentación más saludable, que también, sino en esa gente que busca un consumo más consciente y justo (M. Cuéllar, y C. Reintjes, 2009), como generador de alternativas tanto alimenticias, como generadoras de nuevos contactos ecosociales, nuevas formas de desarrollar las relaciones humanas y crear alternativas al sistema neoliberal en el que vivimos. Este tipo de consumo sirve como motor para la realización y puesta en marcha de multitud de proyectos agroecológicos tanto en el campo como en la ciudad.

Este modo de satisfacer nuestras necesidades alimenticias va a servir como modelo de unión e intercambio, en contraposición al sistema individualista de compra generado por las grandes superficies, y se convertirá en una herramienta para la realización de transformaciones en las perspectivas y conocimientos de la situación global, además de propiciar el cambio a través de pequeñas realidades transformadoras.

La sociología del consumo se ha convertido en un amplio tema de estudio a través de distintas generaciones (R. Sánchez, 2009) y ha propiciado la especificidad que se utiliza en la actualidad en las distintas campañas comerciales, transformando la complejidad social de interacciones en “targets” uniformales.

El cambio de mirada hacia perspectivas más policromas, nos ayudará a situarnos en la realidad que vivimos, y a medir las fuerzas para volver a dar impulso a la generación de nuevas ideas y movimientos.

La sociología de las emergencias será por tanto una de las perspectivas básicas desde las que desarrollar el trabajo intentando desausentar estas experiencias, dándoles el valor real que están teniendo en la actualidad a aquellos saberes prácticos que están ampliando nuestro presente, frente a una razón tecnocrática y autoritaria que se complace en desperdiciar las experiencias de los de abajo, para así asegurar su hegemonía en el campo de los saberes. (Sousa Santos 2005, 2009 en E. Sevilla 2010), impulsando la emergencia de futuros más sustentables desde un punto de vista social y medioambiental.

El consumo se abordará a través de la agroecología, entendiendo la misma como *“El manejo ecológico de los recursos naturales a través de formas de acción social colectiva que presentan alternativas a la actual crisis de modernidad, mediante propuestas de desarrollo participativas desde los ámbitos de la producción y la circulación alternativa de sus productos, pretendiendo establecer **formas de producción y consumo que contribuyan a encarar la crisis ecológica y social** y con ello enfrentarse al neoliberalismo y la globalización económica”* (E. Sevilla, 1998). La agroecología prestará el utillaje conceptual y metodológico para la consolidación y la defensa de las propuestas asociadas a la soberanía alimentaria como referente político. (E. Sevilla y M. Cuellar, 2010).

Y es que tal y como dice Joaquim Sempere (2002), desde un punto de vista más amplio, contemplando por entero el metabolismo sionatural entre sociedades humanas y el medio ambiente natural, se observa que consumo y producción son dos caras de una misma moneda.

Este trabajo se centrará en el consumo, no como forma inevitable de degradación y contaminación, sino como un acto habitual que está inserto en la vida de las personas, y lo veremos como motor de cambio y transformación hacia modelos de sociedades y producciones más sustentables (P. Galindo, 2006). Este tipo de consumo más “sano” y “justo”, deberá ser evaluado en parámetros no sólo sociales y ambientales, si no teniendo en cuenta también los costes sanitarios ocultos, provocados por una mala alimentación.

3. 2. Soberanía

Antes de pasar a definir los que es soberanía alimentaria y de donde surge, se muestra interesante sacar a la luz el significado de la palabra **soberanía**, y hasta dónde es capaz de inducir significados comunes en el subconsciente colectivo.

El término soberanía tiene una larga historia en las teorías y en las formas políticas occidentales: parte de Aristóteles, pasa por Bodin y Hobbes, Rousseau y Sieyès, transita por las revoluciones americana y francesa y asiste en la actualidad a una nueva inflexión, marcada por la formación de un nuevo sistema económico mundial, que supera la regionalidad de la soberanía nacional y con unas instituciones que no reflejan tampoco otro de los sufijos más utilizados, el popular (B. Bringel, 2010).

Soberanía es una palabra que es capaz de aunar en el subconsciente colectivo, las diferentes soberanías que pueden existir, comenzando desde el nivel más básico, como puede ser la soberanía personal, a escalas más amplias, como la soberanía popular, o nacional, un término que viene muy ligado a una referencia geoespacial.

Si consideramos la soberanía como la capacidad de decidir sobre los propios actos y se pretende trabajar desde todos los ámbitos que la incluyen, con una perspectiva agroecológica, es decir desde las distintas dimensiones que se le atribuyen a la agroecología (E. Sevilla, 2006), se deberían reflejar las distintas soberanías que no sólo no son excluyentes, si no que se complementan para lograr un todo.

Por lo tanto, la soberanía personal y popular dependen de otras muchas soberanías, como puede ser la soberanía de la información o cultural ya que la ciudadanía debe disponer de la información suficiente y no manipulada para poder decidir; la soberanía política, o capacidad de decisión e incidencia real en las políticas del país, estado o región; la soberanía de la salud, o capacidad de recuperar los conocimientos ancestrales de medicina alejados de la gran industria farmacéutica; la soberanía de la fuerza de trabajo, o capacidad de desarrollar las capacidades personales en un trabajo justo y económicamente viable, y un largo etcétera donde estaría incluida la soberanía alimentaria, que desarrollaremos posteriormente, ya que podría considerarse esta también cómo un término postmoderno de la soberanía popular..

Se observa pues que para poder desarrollar un consumo y producción agroecológica, deben trabajarse todas las soberanías en conjunto, con el fin de

articularlas, para poder realizar un desarrollo humano completo, la soberanía alimentaria entonces, jamás podrá existir ni podrá ser entendida sin el resto de soberanías que lleva implícitas.

Por otro lado, la soberanía ha estado y está muy relacionada con aspectos regionales, culturales e ideológicos, cómo diferenciar donde acaba una región y empieza otra va a suponer un problema, definir que es un pueblo o región, donde empieza y acaba una “cuenca alimentaria” y donde acaban estos en una gran ciudad de millones de habitantes, nos obligará a trabajar en diferentes escalas y a reducir los requisitos sobre la regionalidad que se le intuyen al término soberanía y por defecto a la soberanía alimentaria.

3. 3. La Soberanía Alimentaria

Actualmente el término de soberanía alimentaria, se ha puesto de actualidad y se pueden encontrar más de 700.000 documentos o páginas relacionadas con la soberanía alimentaria¹³. Sería interesante pues, saber dónde surge este término tan general y a la vez con tanta fuerza, como para unificar el campesinado de distintas partes del globo en torno a unas reivindicaciones comunes.

La soberanía alimentaria surge en 1996, por parte de Vía Campesina¹⁴, una organización internacional, y fue llevado a la opinión pública con ocasión de la Cumbre Mundial de la Alimentación del mismo año, ofreciendo una alternativa a las políticas neoliberales (Vía Campesina, 16 de Enero 2006). Se puede considerar a esta soberanía alimentaria como un término postmoderno que reinventa la “soberanía popular post-liberal”, basada en la autodeterminación de los pueblos a la hora de producir sus alimentos, como única forma de asegurar un futuro sostenible y con justicia social para el mundo rural y la propia humanidad (B. Bringel, 2010).

Existen dos palabras clave que son cruciales en la construcción de la soberanía alimentaria: redes y territorios. Ambas dimensiones son complementarias y deben ser analizadas en continua tensión dentro del proceso de espacialidad de la política, del poder y de la resistencia. La soberanía alimentaria sólo puede ser construida si es pensada y practicada dentro de esta dialéctica, donde lo local y lo global son

¹³ Google Septiembre de 2010 en idioma castellano.

¹⁴ Un movimiento transnacional que abarca organizaciones de campesinos, agricultores, y comunidades agrícolas indígenas (Desmarais, 2007, en A. Calle et al., 2010).

dimensiones profundamente imbricadas. Por eso, en la soberanía alimentaria, el “pensar globalmente y actuar localmente” debe ir de manos dadas del “pensar localmente y actuar globalmente”, no como esferas distintas y/o opuestas, sino complementarias (B. Bringel, 2010).

El segundo Fórum sobre Soberanía Alimentaria tuvo como representantes a unas 700 ONGs, OSCs y Movimientos Sociales. Este foro fue coordinado por un Comité Internacional de Planificación de ONGs/OSCs (CIP)¹⁵, que en el 2004 y junto a distintos movimientos sociales, elaboraron una definición nueva de la soberanía alimentaria como *“La Soberanía Alimentaria es el derecho de los individuos, los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, laborales, pesqueras, alimentarias y de tierra de forma que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas. Esto incluye el verdadero derecho a la alimentación y a la producción de alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho a una alimentación inocua, nutritiva y culturalmente apropiada, y a los recursos para la producción de alimentos y a la capacidad para mantenerse a sí mismos y a sus sociedades¹⁶. Por esta Convención, la Soberanía Alimentaria se convierte en el derecho de los pueblos y comunidades a decidir e implementar sus políticas y estrategias agrícolas y alimentarias para la producción y distribución sostenible de alimentos. Es el derecho a la alimentación adecuada, inocua, nutritiva y culturalmente apropiada y a producir alimentos de forma sostenible y ecológica. Es el derecho al acceso a recursos productivos tales como tierra, agua, semillas y biodiversidad para su uso sostenible”* (M. Windfuhr y J. Jonsén, 2005).

El contraste entre soberanía alimentaria, propuesta por vía Campesina y la Seguridad alimentaria propuesta por la FAO, tiene que ver principalmente con que “mientras que la seguridad alimentaria es más un concepto técnico, y el derecho a la alimentación un concepto jurídico, la Soberanía Alimentaria es esencialmente un concepto político” (M. Windfuhr y J. Jonsén, 2005).

Este término viene a ser un contrapunto de las políticas y decisiones de la OMC en el sector agrícola, al proponer estos una seguridad alimentaria desde el mercado y la cantidad de producto que existe en una región o país, sin existir ningún vínculo jurídico de obligaciones, más con una predisposición hacia la disponibilidad mundial, nacional o

¹⁵ El CIP para la Soberanía Alimentaria está vinculado a una red de más de 2 000 ONGs, OSCs y Movimientos Sociales emanados de un proceso internacional de consulta e interacción que dio inicio en el año 2000, y el cual se construyó sobre las redes iniciadas en la CMA en 1996.

¹⁶ La definición fue elaborada durante el foro paralelo de ONGs de la CMA+5 (Foro para la Soberanía Alimentaria) y se encuentra en la hoja de datos sobre Soberanía Alimentaria en la página web de CIP en <http://www.foodsovereignty.org>

regional de alimentos, que al acceso individual de las personas o grupos necesitados a la alimentación, es decir, enfocando la atención en la cantidad de alimentos que las personas están en capacidad de acceder, y no en la forma en que las personas tienen acceso a estos alimentos. (M. Windfuhr y J. Jonsén, 2005).

Pero es en Mali, en la reunión de La Vía Campesina de 2007, donde tiene lugar lo que se ha conocido como la Declaración de Nyelini, en la que la soberanía alimentaria se convierte en el punto de referencia por parte de las diferentes organizaciones que trabajan con una visión agroecológica, que proponen un nuevo modelo de desarrollo alternativo al contexto neoliberal (Rivera Ferre, 2008 en A. Calle et al., 2010), construyendo desde lo local formas de vida alternativas concretas (Paul Nichols, en A. Calle et al., 2010).

Actualmente, La Vía Campesina define la soberanía alimentaria como: *“el derecho de las personas, los países y las uniones de estados a definir sus políticas agrícolas y alimentarias sin transferir materias primas agrícolas a los países extranjeros. La soberanía alimentaria organiza la producción y el consumo de alimentos en función de las necesidades de las comunidades locales, dando prioridad a la producción para el consumo local. La soberanía alimentaria engloba el derecho a proteger y regular la producción agrícola y ganadera nacional y a proteger el mercado doméstico de entradas de excedentes agrícolas e importaciones de bajo coste de otros países. Las personas sin tierra, los campesinos y los pequeños agricultores deben tener acceso a la tierra, al agua y a las semillas, así como a los recursos productivos y a los servicios públicos. La soberanía y la sostenibilidad alimentarias son una alta prioridad más que las políticas comerciales”*¹⁷.

La soberanía alimentaria para Vía Campesina incluye: 1. priorizar la producción agrícola local para alimentar a la población, el acceso de los/as campesinos/as y de los sin tierra a la tierra, al agua, a las semillas y al crédito; 2. El derecho de los campesinos a producir alimentos y el derecho de los consumidores a poder decidir lo que quieren consumir y, cómo y quién se lo produce; 3. El derecho de los países a protegerse de las importaciones agrícolas y alimentarias demasiado baratas con unos precios agrícolas ligados a los costes de producción; 4. La participación de los pueblos en la definición de las políticas agrarias; 5. El reconocimiento de los derechos de las campesinas que

¹⁷ Ver página web de La Vía Campesina. [http:// www.viacampesina.org](http://www.viacampesina.org)

desempeñan un papel esencial en la producción agrícola y en la alimentación (16 de Enero 2003 Vía Campesina).

Desglosando el concepto encontramos varias variables relevantes a tener en cuenta: la apropiación y gestión de los recursos, la tierra y el territorio, el comercio local e internacional, el desarrollo sostenible, la acción colectiva, la participación social, la agroecología, el derecho a la alimentación, el modelo de producción... Pero la práctica claramente precede y desborda el concepto, reinventándolo continuamente. Como afirma Makanjuola Olaseinde Arigbede, coordinador nacional de la Unión de Pequeños y Medianos Productores de Nigeria, “nuestra gente siempre confió en la soberanía alimentaria. No le daban este nombre, pero de distintas maneras confiaban en ellos mismos para producir lo que comían tal y como lo querían, adecuado a la cultura” (B. Bringel, 2010).

Por tanto, la soberanía alimentaria, aunque es un término que viene fundamentalmente del agro, comprende en gran medida la dimensión del consumo, para lograr la accesibilidad a esos alimentos “ecológicos” mediante un intercambio justo para productores y consumidores. Aunque el concepto es eminentemente político, está acuñado por La Vía Campesina para la práctica, para el logro de una transformación social.

3. 4. ¿Se puede alcanzar la soberanía alimentaria en una gran ciudad?

Cuando hablamos de soberanía alimentaria en una ciudad hay que partir de la idiosincrasia con la que se han creado las ciudades en la actualidad, ya que han sido construidas principalmente porque la descentralización de la producción necesita la concentración y centralización creciente de las tareas de control y coordinación, incluyendo las últimas fases del sistema productivo (publicidad, comercialización, distribución,...). Estas son las que generan un mayor poder adquisitivo, llevándose a cabo preferentemente en los espacios centrales. Estos centros de control, que constituyen lo que se ha denominado “la ciudad global”, son la combinación de las administraciones, con las empresas y las instituciones financieras globales, lo que permite la producción específica de la ciudad global, y por tanto la capacidad de gestión de la economía mundial (Sassen, 1999 en López y López, 2003).

En términos ecológicos, la ciudad es un ecosistema urbano altamente modificado, donde la producción de materia es muy baja: depende de suministros externos, solo se hace una parte del ciclo de la materia en ella y es un sumidero de residuos, por lo que constituye un sistema que disipa grandes cantidades de energía degradada. Para contrarrestar su desorden interno, traslada éste al medio circundante (S. Cárdenas y L. Moreno, 2006). Por otro lado, “la ciudad simplifica el medio ambiente, sometiéndolo a una mayor inestabilidad, sustrayéndole defensas y acelerando los procesos de degradación” (Bettini, 1998 en S. Cárdenas y L. Moreno, 2006). Si se utilizaran métodos en los que se incluyan las distintas externalidades ambientales, a través de herramientas como puede ser la Economía Ecológica, sería muy complicado mantener estas megaestructuras en el tiempo.

La destrucción de las ciudades, como solución a simple vista, se ve harto complicada en la actualidad, no solo debido a los intereses por los que han sido creadas, si no que ya se puede afirmar sin lugar a dudas, que existe una gran parte de la población a la que le atrae la vida en las ciudades y que quiere desarrollar su vida en ellas, fundamentalmente por las oportunidades laborales o el arraigo, y por tanto, más que buscar una desestructuración de las mismas, apuestan por lograr un “desarrollo” más sostenible de estas. Si la pretensión es una vuelta al campo para generar un cambio en el modelo de desarrollo, habría que empezar a definir no sólo el cómo, si no empezar a llenar el vacío existente entre el campo y la ciudad, para volver a aprender de dónde y cómo vivimos, y para que esa vuelta al campo sea organizada, racionalizada y sustentable.

El decrecimiento siguiendo las teorías de Allier (2009), como estrategia sociopolítica de disminución de la utilización de recursos como estrategia de desarrollo, supone un paso importante al plantar cara al modelo de desarrollo neoliberal actual.

Por ello la construcción de alternativas dentro de las ciudades con el fin no sólo de presentar experiencias alternativas a la opinión pública, si no de transformar la realidad y crecer en su conjunto, se convierten en estrategias básicas de supervivencia en un mundo globalizado. Por tanto, es complicado imaginar unas líneas generales para lograr la soberanía alimentaria en una ciudad tan grande, con una dificultad “per sé” debido al modelo de crecimiento realizado en este tipo de ciudades durante estos últimos cien años. Además, las diferentes estrategias o pautas que guían al consumidor tipo, convierten a éste, no en un “consumidor libre” que tanto laurea el sistema

neoliberal, si no en un consumidor programado y preso de las grandes corporaciones (A. Ruiz, 2010).

El cambio de perspectiva y de significado de la palabra “desarrollo” influirá en gran medida en las políticas y decisiones que se pueden tomar para un cambio en las estrategias soberanistas, ya que si nos referimos al desarrollo a escala humana y consideramos que las necesidades fundamentales son finitas y clasificables, se llega a la conclusión de que las necesidades son las mismas en todo ser humano, lo que cambia son los satisfactores (Cruz, Stahel y Max Neef, 2009). Identificando esos satisfactores, se debería intentar cambiarlos por modelos que sean más sustentables con el medio ambiente.

La invención y venta de paraísos soñados y que configuran el subconsciente de la generalidad de la civilización occidental, se fundamenta en una educación televisiva y de los medios de comunicación de masas, dependientes de la agenda neoliberal. Esto nos obligará a la hora de trabajar el consumo, a bajar hasta el inicio con el replanteamiento de los satisfactores necesarios para lograr la felicidad y el cómo conseguirlos, para poder transformar la realidad que nos rodea.

Es el consumo uno de los mayores satisfactores planteados por la agenda neoliberal, el cómo saber transformar ese consumo, puede ser una de las claves para lograr transformar las sociedades, partiendo del derecho a la alimentación inherente a toda ética.

Por tanto, el cómo lanzar teorías “en contra” y mantenerlas firmes en un sistema preestablecido y con fuertes campañas de propaganda, sin dañar los egos presentes en el subconsciente colectivo, se vuelve todo un reto en una gran ciudad como Madrid, y complica la estabilidad de los proyectos debido al efecto espejo y la soledad en que en muchos casos se encuentran inscritos.

La soberanía alimentaria se ha de trabajar desde las ciudades a través, principalmente, de la información y la formación, intentando lograr deshacernos de la venda autoimpuesta para sobrevivir. De este modo, se convierte al ciudadano, no en un mero espectador, si no en artífice y participe de su transformación, participando como educador o educando en distintos momentos de su vida. La cotidianidad, las costumbres y un lenguaje mediatizado (N. Chomsky, 1992), se vuelven en contra de la agenda de la soberanía alimentaria. El cómo transformar esa cotidianidad y las relaciones humanas

que conllevan, en actos que potencien la creatividad y la concientización, se muestra como la labor de varios años de trabajo formativo y educativo, demostrando mediante la acción la posibilidad y realidad de las distintas propuestas.

Es por eso que la necesidad de articularse dentro de la ciudad como seres pensantes, capaces de construir y desarrollar a través de los diferentes intersticios que nos deja el sistema, mediante la expresión de prácticas colectivas que vienen sedimentando en redes de sociabilidad cotidianas y a través de organizaciones sociales (A. Calle et al., 2010), nos permite entrelazarnos en lugares donde la comunicación y el tejido de redes de conocimiento e interacción entre la ciudad y el campo y los propios ciudadanos, provocan la rotura del muro de ignorancia e individualismo que nos propone el modelo general, organizándose la resistencia ciudadana ante hábitos que se ven como inadecuados (V. Toledo y N. Barrera, 2008). Son los movimientos sociales uno de los mejores referentes debido a la experiencia y el trabajo que han ido acumulando durante estos últimos años y a su desarrollo de la organización y la participación, en clave de democracia radical y horizontalidad, tanto en aspectos organizativos como metodológicos (A. Calle, 2005).

Por otro lado, la recuperación y supervivencia de los mercadillos de productores y los mercados tradicionales de la ciudad, se hace necesaria para plantear estrategias realistas, recobrando por parte de la sociedad civil y los productores, el tradicional modo de compra y venta en las ciudades.

3. 5. Enredados

Debido a la problemática ya conocida de las grandes superficies (X. Montagut y E. Vivas, 2007), y siendo éstas las que están tomando el control de la circulación de alimentos dentro de la gran ciudad, la generación de respuestas y alternativas por parte del cooperativismo agroecológico dentro de los movimientos sociales, es hoy en día, uno de los pocos recursos que quedan a los consumidores de la gran ciudad para poder realizar un consumo consciente, transformador, y generador de soberanía alimentaria.

Nacemos en red (A. Calle 2010, en Máster Unia), viene inscrito en nuestros genes, nacemos socialmente en una sociedad ya construida y con un lenguaje y unas codificaciones que permiten la subsistencia dentro de la misma. La propuesta del surgimiento de nuevas redes permite explorar lenguajes, codificaciones y estrategias diferentes para desarrollar un trabajo horizontal alternativo al sistema actual.

Por otro lado, explorando la idea de Boaventura dos Santos (E. Sevilla, 2010, en Máster Unia), en que la experiencia social de todo el mundo es mucho más amplia y variada de lo que la tradición científico, técnica o filosófica occidental conoce y considera importante, el combatir el desperdicio de esta experiencia requiere hacer visible y dar credibilidad a experiencias “ocultas”, que nos van a permitir continuar desarrollando nuevos modelos de construcción agroecológica.

La idea es fomentar el surgimiento de estas redes en todos los niveles y dimensiones agroecológicas, a través del conocimiento de las distintas propuestas, desde un espacio micro de apoyo y cooperación como pueden ser los grupos de consumo, hasta un nivel más macro, convirtiendo estos cultivos sociales¹⁸, en distintas redes capaces de transformarse en movimientos sociales¹⁹ hacia la soberanía alimentaria.

Las redes campesinas y sus conexiones con las redes ciudadanas, se presentan como una alternativa hacia la soberanía alimentaria dentro de las ciudades, debido a la capacidad de estas redes campesinas para afrontar las crisis económicas y el cambio climático, considerando que actualmente son las que generan una diversidad varietal suficiente para afrontar los nuevos retos climáticos y las que realmente alimentan al mundo (ver Figura 3) (Etc Group, 2009). En general, se pretende apoyar a unas redes que intentan hacer emerger otros presentes desde una perspectiva agroecológica

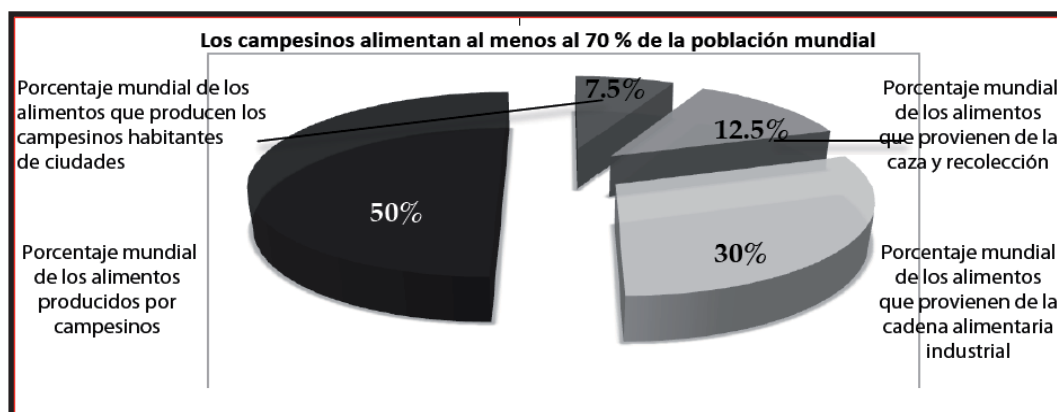


Figura 3: Origen de los alimentos de la población mundial. (Fuente: Etc Group, 2009).

¹⁸ CULTIVOS SOCIALES: Redes que se orientan, explícita y fundamentalmente, a la generación de espacios y relaciones con los que satisfacer, lo más directamente posible, un conjunto de necesidades básicas (A. Calle, 2010, en Máster Unia).

¹⁹ MOVIMIENTOS SOCIALES: Grandes redes difusas que generan solidaridad interna sobre la base de demandas comunes que no tienen cabida en el actual orden social (político, cultural) (A. Calle, 2010 en Máster Unia).

(participativa, endógena y sustentable), con la soberanía alimentaria en su horizonte.

Redes que entre el entramado rural y la ciudad como consumidor, están permitiendo en la actualidad la generación de puestos de trabajo y cambios reales en los modos de producción, ayudando a sostener y a mantener a las pequeñas explotaciones ecológicas y gran parte de su variabilidad varietal.

La recreación de estas experiencias y su estudio nos servirá de base para proponer cambios en el sistema productivo y de consumo actual.

4. CONTEXTO

4. 1. Pongamos que hablo de Madrid

La Comunidad Autónoma de Madrid se denomina, según su estatuto de autonomía, “Comunidad de Madrid” y posee una superficie de algo más de 8000 km², está dividida en 179 términos municipales y es uniprovincial. Una de las características más importantes, es la concentración de población en la corona metropolitana, con algo más de 5,5 millones de habitantes, que suponen un 93,25% de la población total, concentrada en un 33,5% de su territorio.²⁰ (ver Figura 4).

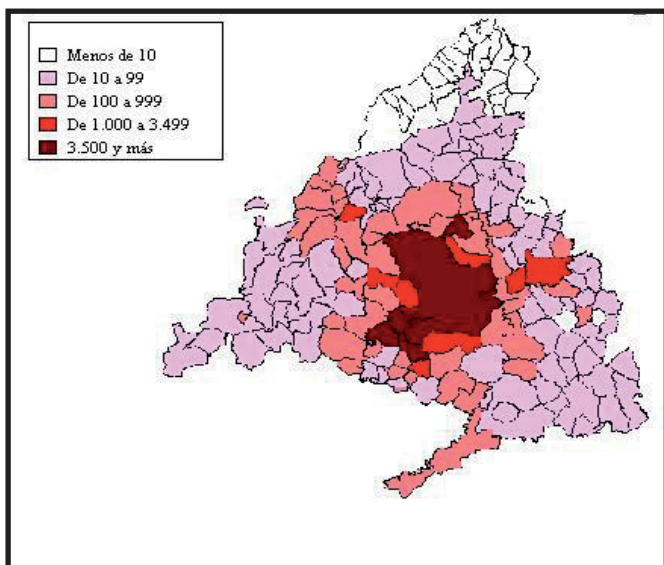


Figura 4: Mapa de densidad de población de la Comunidad de Madrid.

Su pequeña superficie, en relación al resto de autonomías del estado español, es debida a que se crea esencialmente con fines políticos para ostentar la capitalidad del

²⁰ Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid. *Atlas “El medio ambiente en la Comunidad de Madrid”*. Ed.: Dirección General de Promoción y Disciplina Ambiental. Madrid, Abril 2007.

estado en el año 1983, con la finalidad, más a largo plazo, de su entrada dentro de la gran ciudad global europea.

La ciudad de Madrid, está incluida en la ciudad global, que a su vez está compuesta por los diferentes centros de control de la economía globalizada (Sassen, 1999, en López y Bordal, 2006) y funciona como un agujero negro metabólico, componiendo a su alrededor un desierto demográfico²¹ (López y López, 2003). Si consideramos a la misma como un ecosistema, y analizamos el flujo energético y de biomasa que soporta, su insostenibilidad es muy alta, ya que únicamente recibe flujos de entrada de materiales y energía, y los devuelve al medio contaminados, sin capacidad de ser reabsorbidos por el mismo, en forma de desechos. Observando el metabolismo social con el que se miden los flujos materiales y energéticos de los sistemas sociales (Fischer-Cowalski y Haberl, 1997 en G. Ottman, 2005), conforma un ecosistema altamente dependiente.

Esta visión política de Madrid, y por tanto parcial, la hará crecer como una autonomía ligada al desarrollo de la ciudad y la industria de la Villa²², olvidando y menospreciando la capacidad agrícola de la región. Por lo tanto, no hay que olvidar su pasado histórico, para poder situar a esta gran urbe en el contexto del estado español y observar la dependencia que ha tenido y tiene desde su fundación con las regiones limítrofes. Ésta va desde la entrada de alimentos hasta de mano de obra, lo que provocará la despoblación de estas regiones y su dependencia de la ciudad, ya sea para vender sus productos, como para concentrar allí su fuerza de trabajo.

La economía de Madrid, está basada principalmente en combustibles fósiles y ligada a la industria y al crecimiento urbanístico, asumiendo las etapas del sistema agroalimentario²³ (distribución, consumo y publicidad), que generan un mayor valor añadido. Mientras, las etapas más nocivas de la producción: el uso de venenos, la extracción y el depósito de residuos, se asienta en las periferias. Esto se repite de acuerdo con los ejes N-S y campo-ciudad (Naredo, 1999 en López y Bordal, 2006).

²¹ El 80% del territorio español pierde población en la actualidad, (R. Fdez. Durán, 2003 en López y López, 2003)

²² Wikipedia (http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad_de_Madrid) “Historia de la Comunidad de Madrid”, 2010.

²³ Sistema agroalimentario: “conjunto de las actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos agroalimentarios y, en consecuencia, al cumplimiento de la función de la alimentación humana en una sociedad determinada” (Malassis, 1979 citado por Whatmore, 1995 en M. Soler 2009).

Actualmente la comunidad de Madrid tiene una gran tasa de paro²⁴, debido a la caída del boom urbanístico, además de varias concentraciones de pobreza a sus alrededores.

Las perspectivas de unas políticas públicas que apoyen a la generación de alternativas agroecológicas en la comunidad de Madrid, son prácticamente nulas en la actualidad, con contadas excepciones como pueden ser los proyectos de algunos gobiernos municipales, y las cesiones de terrenos a asociaciones de vecinos para huertos urbanos.

4. 2. Realidad agrícola de la comunidad de Madrid

El sector agrícola en la comunidad de Madrid es actualmente una especie en extinción (D. López, 2009), lo que ha sucedido con la connivencia del gobierno regional²⁵. Como ejemplo, cabe destacar la ausencia de una consejería dedicada a la actividad agropecuaria en la Comunidad de Madrid, siendo la responsable, la de Medio Ambiente, Vivienda y Ordenación del Territorio, de la que pasa a depender en 2008 como Subdirección General, perdiendo el rango de consejería que anteriormente tenía.

El mismo nombre delata los fines del gobierno de la región, cuyos planes para el desarrollo rural en las localidades más periféricas se ven claramente si se presta atención hacia donde van las subvenciones²⁶, sin tener en cuenta la multifuncionalidad de las zonas agrarias como base para el mantenimiento del patrimonio (Van der Ploeg et al., 2002). Los espacios naturales, son utilizados para recreo y entretenimiento de la población, provocando la tercerización del campo y tomando medidas proteccionistas que impiden el uso y gestión del territorio convirtiéndolo en un gran escaparate.

Si se realiza un análisis más detallado de la agricultura madrileña, se puede observar cómo se ha ido reduciendo la superficie dedicada a la agricultura, aumentando el terreno forestal y la ciudad urbanizada (ver Tabla 1).

²⁴ 16,17%. Comunidad de Madrid (<http://www.madrid.org>), 20 de abril de 2010.

²⁵ Cabe destacar declaraciones surgidas en el Foro Social Mundial de 2009, donde se pone de relieve toda esta problemática (<http://gruposdeconsumo.blogspot.com/2009/05/siento-comunicaros-que-no-existe-la.html>).

²⁶ “Estas localidades tendrán acceso a las subvenciones estipuladas para sus proyectos relacionados con el aumento del empleo local, de la oferta turística del municipio y de sus infraestructuras y del patrimonio cultural rural.... Las ayudas suponen la diversificación hacia actividades no agrícolas que aumenten las posibilidades de empleo y la renta de las familias mediante ingresos alternativos” (www.madrid.org).

	2.000	2.001	2.002	2.003
Tierras de cultivo	253.849	241.578	239.807	237.732
Prados y pastos	86.286	106.047	107.647	107.349
Terreno Forestal	185.414	196.854	194.880	194.917
Otras superficies	277.243	258.313	260.458	262.794
Superficie total	802.792			

Fuente: Sección de Estadística de la D. G. Agricultura y Desarrollo Rural. Comunidad de Madrid.

Tabla 1: Superficie en hectáreas de diferentes usos del suelo de la comunidad de Madrid. (Tomado de: Libro Blanco de la Política Agraria y el desarrollo rural).

Esto se debe en gran medida a la gran explosión urbanista de los últimos años, que se puede observar con un simple paseo por los municipios de Madrid. Hasta hace poco separados unos de otros por explotaciones agrícolas, principalmente de cereal extensivo, y que han ido desapareciendo, conformando así un *continuum* o megaurbe, más parecido a los planes urbanísticos de las grandes ciudades europeas como Londres y París, pasando a formar parte de la gran ciudad global. Se podría definir ya a la región de Madrid como una gran urbe, un espacio gris donde la agricultura es una actividad residual que ocupa zonas donde pesan más los intereses económicos y las posibilidades urbanizadoras o especulativas del territorio.

Aun así, en la comunidad de Madrid también han surgido tierras dedicadas a la producción y a la producción ecológica, así como distintos elaboradores de productos ecológicos. Mirando los datos de la figura 5, se puede observar la poca cantidad de explotaciones existentes, aunque importantes en el conjunto, y un estancamiento desde hace unos años del crecimiento de productores ecológicos. Por otro lado la comercialización y el consumo de estos productos han ido aumentando progresivamente y de forma exponencial.

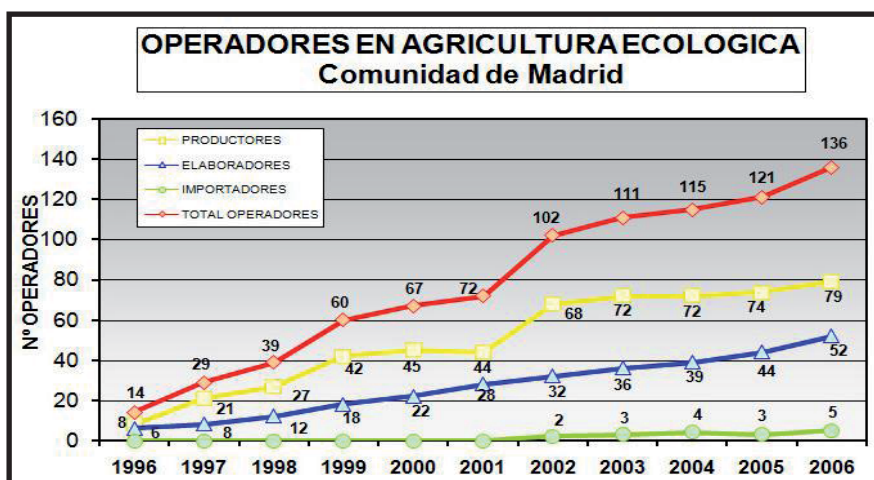


Figura 5: Evolución de operadores de agricultura ecológica de la Comunidad de Madrid. (Fuente: Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid).

Por lo tanto, se puede afirmar que el mercado de productos ecológicos en Madrid existe (ver Tabla 2) y está creciendo continuamente. Mientras que el consumo ecológico va aumentando a lo largo de los años, las explotaciones se estancan y muchos años disminuyen y poco a poco van conformándose distintos monopolios de la elaboración de productos ecológicos, debido principalmente a los problemas con la normativa²⁷.

	1997	2003	2007
Productores	21	72	76
Elaboradores	8	36	43
Importadores	-	3	5
Comercializadores	-	-	4
Nº de explotaciones	21	72	76
Superficie agrícola (ha)	953	5012	4918
Producción comercializada	252000	806900	2480115

Tabla 2: Datos de agricultura ecológica en Madrid; (Fuente: Elaboración propia con datos del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid. <http://www.caem.es/estadisticas.htm>. Julio 2010).

²⁷ Actualmente la normativa de elaboración es muy estricta, necesitando de grandes inversiones, lo que impide que los pequeños elaboradores artesanos puedan comercializar sus productos, con lo que un sólo operador tiene 19 centros de elaboración y el segundo 11 (datos de 2007 del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid).

5. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la realización de este trabajo es muy variada e incluye las diferentes técnicas utilizadas en la investigación social, tanto la distributiva, estructural y dialéctica (T. Alberich, 2000), cubriendo desde la encuesta, la entrevista semiestructurada y las asambleas.

Se ha partido de una profunda revisión bibliográfica, encaminada a recopilar información de utilidad que permitiese conocer la situación de la producción y el consumo agroecológico dentro de la comunidad de Madrid así como referencias más teóricas, tanto de soberanía alimentaria, agroecología o movimientos sociales. Para ello se ha recurrido principalmente a libros sobre agroecología, movimientos sociales y consumo, desde un enfoque global a enfoques más centrados en la región madrileña; a la documentación aportada en el Máster de Agroecología 2010 de la Universidad Internacional de Andalucía y a distintos artículos de Vía Campesina.

Por otro lado se realizó una exhaustiva búsqueda de documentación existente sobre la Comunidad de Madrid, de la que cabe destacar los documentos obtenidos de distintos organismos oficiales, como pueden ser el Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino (MARM), el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Institut Cerdà, el Comité Regulador de Agricultura Ecológica y la administración de la Comunidad de Madrid. Además, documentación perteneciente a distintas organizaciones con una larga trayectoria en la región, como el Centro de Asesoría y Estudios Sociales (CAES), el sindicato Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), el blog de grupos de consumo de Lavapies o la página web de Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH).

Por su importancia en el aporte de información, cabe destacar la ofrecida por la Iniciativa por la Soberanía Alimentaria de Madrid²⁸ (ISA-m). Ésta realizó diferentes talleres a lo largo del año, destacando el conocido como “La Rehuerta”²⁹ y sus trabajos en el Foro Social Mundial de Madrid del año 2010. Estos talleres se llevaron a cabo con productores y grupos de consumo, de los que se pudieron obtener distintas

²⁸ La ISA Madrid está compuesta por asociaciones ecologistas, grupos de consumo, productores, sindicatos y personas individuales ligadas a la academia.

²⁹ Actividad en la que se trabajaba conjuntamente con productores y consumidores.

informaciones y datos en “bruto”, a través de técnicas cualitativas como pueden ser las encuestas, y que han sido reelaborados y sistematizados por el autor del texto con el objeto de esta tesina.

Estas encuestas fueron enviadas a finales de 2009 a todos los grupos de consumo y productores de Madrid que se conocían hasta el momento, y de ellos, sólo respondieron los interesados, aunque en un número aceptable para el propósito de este estudio. Estos datos no pretenden ser una guía cuantitativa, porque se asume el sesgo con el que se han tomado. Además, los datos que aportan son heterogéneos en cuanto a la unidad de medida, por ello ha habido que realizar aproximaciones. Sin embargo, se consideran unos datos muy valiosos para la investigación, ya que pueden dar valores aproximados del consumo de los grupos de consumo de Madrid y su problemática (Ver Anexos III y IV – Tablas encuestas grupos de consumo y productores), además de información sobre distintos contactos, que serán útiles en el desarrollo del trabajo práctico.

Por otro lado, y ya dentro de una investigación más activa, se realizó un trabajo de observación participante, dentro del proyecto de la Iniciativa por la Soberanía alimentaria de Madrid (ISA-m), en la que tuve la oportunidad de participar durante varios meses, tanto en las reuniones de la comisión de productores y consumidores, como en asambleas generales, asambleas de productores, y otras actividades como la “Primavera Agroecológica”³⁰. Estos me aportaron, además de varios contactos para profundizar en mi estudio, datos valiosísimos e inéditos para la consecución de esta investigación, una experiencia muy positiva y la posibilidad de entender y participar en la transformación de lo que estaba sucediendo a mí alrededor.

Para profundizar sobre distintos aspectos del consumo agroecológico y, sobre todo, de las diferentes soluciones y organizaciones que se han ido formando con el tiempo, se utilizó la entrevista semi-estructurada a personas claves del entramado de redes de consumo de la comunidad de Madrid. Estas personas han sido elegidas o se han considerado “claves”, por el gran bagaje que llevan dentro de este movimiento, porque abordan la organización de los consumidores desde puntos de vista diferentes y porque pertenecen desde hace un tiempo a las distintas redes que actualmente están operando en Madrid.

³⁰ Jornada de actividades para toda la población, realizadas por las diferentes redes de consumo de la Comunidad de Madrid.

Estas personas se identificaron a través de varios meses de observación participante dentro del movimiento agroecológico de Madrid. Entre ellas tuve la oportunidad de entrevistar a José Daniel y Ramiro, fundadores de los Grupos Autogestionados de Consumo (GAK,s) y del BAH y pertenecientes a la Red Autogestionada de Consumo (RAC); a Úrsula, perteneciente a la Red Agroecológica de Lavapies (RAL) y autora del blog de los grupos agroecológicos de Lavapies; a Fernando, fundador de REDES una cooperativa de consumo y de la Coordinadora de grupos de consumo agroecológico de Madrid; a Pilar, fundadora de los GAK,s, perteneciente al GAK del CAES y en este momento de “La Garbancita Ecológica”; y a Daniel, que lleva ocho años militando en el BAH, pasando por gran parte de sus estructuras organizativas. (Ver Anexo V – Entrevistas a personas claves de las diferentes redes de grupos de consumo agroecológico de la comunidad de Madrid).

Se utilizó esta metodología para conocer de primera mano las inquietudes de los grupos de consumo y sus redes, con el fin de dar voz a los sin voz³¹, y sacar a la luz una de las pequeñas realidades existentes dentro de nuestro mundo globalizado, intentando extraer, no únicamente las historias de vida, sino también discursos y necesidades actuales de estas redes, para fomentar su surgimiento y evolución.

Finalmente y pasando a la acción, se acompañaron las reuniones de una futura red de productores que se están gestando en la comunidad de Madrid, y se desarrollaron distintas dinámicas para la creación de un grupo de consumo en la zona sur de la comunidad de Madrid (Getafe), y se comenzó a dinamizar la creación de una red agroecológica para los municipios del sur de Madrid, principalmente los más cercanos a la capital y los distritos del sur.

La combinación de todas estas estrategias permitirá hacerse una idea aproximada del funcionamiento del cooperativismo agroecológico y de las diferentes redes que operan en la comunidad de Madrid, así cómo proponer mejoras encaminadas a lograr un acercamiento a la soberanía alimentaria.

³¹ http://palabra.ezln.org.mx/comunicados/1994/1994_05_17.htm. *Discurso del Subcomandante Marcos durante la visita de Cuauhtémoc Cárdenas, 17 de mayo de 1994.*

6. ANÁLISIS

Para alcanzar la soberanía alimentaria en Madrid se están dando pasos pequeños pero firmes desde las distintas organizaciones implicadas en el consumo alternativo y, por lo tanto, generando un sistema agroalimentario diferente al actual. El desarrollo de conexiones entre personas y su establecimiento en conexiones de segundo grado, como pueden ser las redes, han facilitado en gran medida la adquisición del discurso de soberanía alimentaria por parte de los mismos.

Se analizarán aquí las distintas experiencias que se han ido dando en la comunidad de Madrid para lograr la soberanía alimentaria, desde las distintas caras del sistema agroalimentario, fijándonos principalmente en la producción y el consumo, para intentar construir y desarrollar nuevos proyectos allí donde se consideren necesarios y desasentar estas experiencias surgidas en todo Madrid.

Para realizar este estudio, se profundizará en las distintas formas de asociacionismo y cooperación que han ido surgiendo en Madrid, para ello empezaremos por un nivel básico, con las posibilidades individuales, para ir subiendo niveles de asociacionismo, como pueden ser los grupos de consumo, las redes de consumo y producción, y a un nivel mayor la Iniciativa por la Soberanía alimentaria y la Alianza por la soberanía de los pueblos.

6. 1. Formas de comercialización y distribución de productos ecológicos en Madrid:

Para comenzar el análisis se detallarán las distintas posibilidades de compra de productos ecológicos certificados en Madrid, con el fin de poder detallar las opciones que tiene un consumidor medio en Madrid de realizar un consumo más o menos consciente, posteriormente analizaremos un nivel más de relación como pueden ser los grupos de consumo.

Grandes Superficies: es innegable el crecimiento de ventas y presencia de productos ecológicos en las grandes superficies, tales como supermercados e hipermercados. Se pueden observar este tipo de productos en grandes cadenas

comerciales como pueden ser Carrefour, Auchan, Eroski o el Corte Inglés, incluso teniendo sus propias marcas blancas de productos Eco, como puede ser Eco-Carrefour.

Existen ventajas claras de este tipo de comercialización: casi un 82% de las ventas de alimentos en España se realiza por medio de esta distribución (Informe Exporetail, 2006 en García y Rivera, 2006.). Por tanto, la accesibilidad por parte de la población a este tipo de productos será mayor, debido a su capacidad de llegar a un mayor número de consumidores, por sus grandes campañas publicitarias y el hueco que se han hecho como centrales de ocio en las ciudades.

Por otro lado las desventajas están al orden del día y se pueden observar si se presta atención a las diferentes estrategias que han estado utilizando estos oligopolios para mantener el control tanto de la producción, como de los productores. Fijan precios por debajo de su valor de producción, lo conocido como “dumping”, inflando el de otros productos, y aprovechando la compra impulsiva para mantener sus beneficios³² (X. Montagut y E. Vivas, 2007). Por otro lado, los márgenes que manejan, llegando al 500%³³ en algunos productos, no parece rentable ni para consumidores, ni para productores. A pesar de ello, el avance de comercialización de estos productos en estos medios demuestra la viabilidad de estos productos en el mercado.

Grandes superficies de productos ecológicos: aunque en España aún no ha tenido el auge que han tenido en otros países europeos, en los que se han creado grandes establecimientos de productos ecológicos, sí han existido varios intentos. Ya se puede decir que existen experiencias como la aparición de la multinacional ecológica Natura Sí³⁴, o el Ecocentro³⁵ que ha abierto recientemente sus puertas, y en los que se puede adquirir una gran variedad de productos ecológicos. Tienen una tipología de consumidores muy concreta debido a sus altos precios, por lo que restringen el consumo a un cierto nivel adquisitivo. El riesgo más grande que se corre es el de convertirse en otro supermercado más en la escena global, con la misma visión y forma de trabajar que el resto, pero con otro nicho de mercado, olvidando criterios tanto de cercanía como de justicia social.

³² En estas grandes superficies, la estrategias de venta (luz, música, disposición de los productos,...) influyen en el modo de comprar, haciendo que este no sea reflexivo.

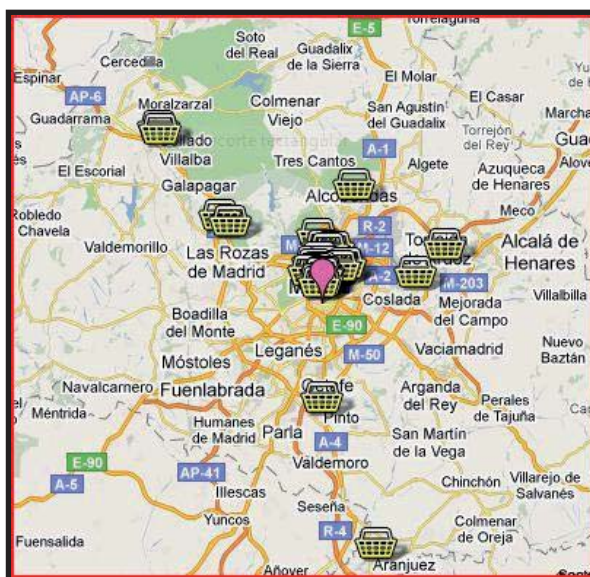
³³ Índice de precios en origen y destino de los alimentos de Junio 2010 (www.coag.es).

³⁴ <http://naturasi.com>

³⁵ <http://ecocentro.es>

- **Grandes mercados ecológicos:** el surgimiento de este tipo de establecimientos es algo reciente en la comunidad de Madrid, y sólo se contabiliza una experiencia situada en el mercado de Ventas, donde se puede encontrar una planta compuesta únicamente por productos ecológicos certificados. Este establecimiento está en la línea de las grandes superficies ecológicas, con otro formato de venta, simulando los antiguos puestos del mercado, pero dirigido al mismo “target” de cliente³⁶.

Pequeñas tiendas de productos ecológicos: aunque no están muy extendidas en Madrid (ver Figura 6), se pueden adquirir productos ecológicos también en tiendas especializadas. Encontramos principalmente pequeñas tiendas asociadas a herbolarios y a una filosofía de cuidado del cuerpo y de la salud. Normalmente tienen un precio bastante elevado y poca variedad de productos. Suelen tener una diversificación de sus servicios, no sólo comercializando estos productos, sino que suelen llevar asociados restaurantes, herbolarios, librerías o naturoterapias. Se tratan de zonas multiservicio para la salud, como pueden ser El Vergel o El Almacén Natural³⁷. La mayoría de ellos cuentan con la posibilidad de realizar la compra por internet. Normalmente está asociado a un consumidor con un gran poder adquisitivo e incluso para dietas especializadas.



que cuando se compra al productor directamente, llegando al 30 % más (G. Trujillo, 2002).

- **Distribuidoras puerta a puerta:** es un fenómeno relativamente reciente, en el que se observa un nicho de mercado a la hora de comercializar estos productos, con una mayor comodidad por parte del consumidor. Este tipo de comercialización sólo puede ser realizada por grandes distribuidoras, en las que se añade el precio de la distribución, aumentando en gran medida el valor agregado y por tanto los precios. Como ejemplo de esto podemos destacar a Yoeco³⁹, que recientemente ha empezado a trabajar en Madrid, aunque muchas tiendas empiezan a ofrecer este servicio.
- **Distribuidoras por “cestas”:** Han proliferado recientemente, y son empresas que han optado por la distribución de este tipo⁴⁰ y han ido creando a su alrededor diferentes grupos de consumo. En Madrid las dos más importantes son “E cosecha” y “Milhistorias”⁴¹. Estas empresas elaboran cajas con lo que producen en sus campos y las complementan con otro tipo de productos. Mientras que “E cosecha” es un proyecto principalmente empresarial, “Milhistorias” estaría más relacionado con la inclusión social de colectivos desfavorecidos.

Mercadillos agroecológicos: existen varios mercadillos donde los productores agroecológicos acuden a vender sus productos en la comunidad de Madrid, muchas veces asociado al modelo de “mercadillo medieval” y al trabajo artesano, pero desde hace poco han surgido distintos mercadillos exclusivamente ecológicos, realizados una vez al mes en distintos puntos de la comunidad de Madrid. Actualmente existen cuatro mercadillos, dos situados en la sierra norte, en Colmenarejo y Hoyo de Manzanares, otro situado en el sur, en el municipio de Pinto, y por último otro situado al Sureste, enmarcado en un proyecto que cubre tierras para producción ecológica y un mercadillo al mes, ligado al proyecto político del municipio de Rivas Vaciamadrid⁴².

Directa: actualmente en Madrid y las cercanías existen productores que se encargan ellos mismos de la distribución de sus productos a los diferentes tipos de grupos de

³⁹ Página web de Yo Eco. <http://yoeco.es>

⁴⁰ Ver más adelante en grupos de consumo por cestas.

⁴¹ Página web de E cosecha y Milhistorias. <http://ecosecha.blogspot.com> y <http://milhistorias.es>

⁴² Página web del Ayto. de Rivas y de la Red de Lavapies. <http://www.rivas-vaciamadrid.org> y <http://gruposdeconsumo.blogspot.com>

consumo. La mayoría tienen su propio transporte para la distribución de sus productos y carecen de asociaciones estables para realizar la misma. Suele tratarse de pequeños y medianos productores. Cabe destacar la red de productores denominada “El Puchero”, una de las primeras organizaciones de productores ecológicos de Madrid destinada a la distribución y asociada principalmente a la cooperativa Bajo el Asfalto está la Huerta. Todo esto se detallará en mayor medida en el apartado de las redes de los productores.

6. 2. Los Grupos de Consumo Agroecológico

Una estrategia alternativa para el consumo y la comercialización de los productos ecológicos, sin caer en la problemática de las grandes superficies o de las distribuidoras, fomentando los canales cortos de comercialización y en la que mostraremos una mayor atención, son los grupos de consumo. Éstos son un agente importante para potenciar y crear un tipo de relaciones diferentes, con la finalidad de que se creen vínculos estables entre el campo y la ciudad, generando proyectos agroecológicos enmarcados en la toma horizontal de las decisiones, en el fomento de la democracia radical y con unos precios asequibles para la mayoría de la población (A. Calle, 2005).

Para ilustrar esto se mostrarán algunas alternativas surgidas en la comunidad de Madrid, realizando una descripción primero de lo que es un grupo de consumo, y las distintas tipologías que se encuentran en Madrid para, a partir de ahí, poder entender el surgimiento y necesidad de las redes entre grupos de consumo y por qué favorecen la soberanía alimentaria.

6. 2. 1. ¿Qué es un grupo de consumo?

En los tiempos que corren, la asociación o cooperación entre las distintas personas, es un bien escaso y limitado. El simple fomento de una estructura horizontal de cooperación, realizando un intercambio de saberes, experiencias y vivencias, entre la ciudad y lo rural (V. Toledo y Barrera-Bassols, 2008), convierten a este tipo de grupos en una oportunidad perfecta para crear sistemas de organización y consumo alternativos al actual, tanto desde un punto de vista agroecológico como sociopolítico.

La organización y formación de estos grupos es variada, pero inevitablemente están formados por personas; personas imbricadas en la sociedad actual, cada uno con sus puestos de trabajo, sus horarios, y sin tiempo para poder satisfacer sus necesidades

vitales, donde no sólo encontramos la necesidad de nutrición si no que también la de relación, ocio, etc. Por tanto, estos grupos serán tan variados como las personas que los constituyen y con perspectivas infinitas que convierten a estos grupos en un crisol de alternativas y laboratorios de experiencias.

Se han realizado ya varias aportaciones sobre los tipos de consumidores de productos ecológicos, por ello no se ahondará mucho más en el tema⁴³, aunque se puede decir que la mayoría de los que pertenecen a ellos podrían englobarse dentro del consumo constructivo, como “desarrollo de una acción colectiva que genera una resistencia agroalimentaria” (A. Calle et al., 2009).

La diferencia fundamental entre un grupo de consumo de productos ecológicos y un consumidor de productos ecológicos tipo, es la mayor consciencia a la hora de buscar una transformación social de los medios de producción y consumo (A. Calle et al., 2009).

Para realizar esta afirmación se atenderá a los datos del Institut Cerdá de 2007, tanto cuantitativos como cualitativos, que muestran que la mayoría de los consumidores ecológicos son infrecuentes, no sustituyen su cesta de la compra, o lo consideran como un capricho. En el otro lado se puede situar a los grupos de consumo, que sí se comprometen a realizar un consumo a lo largo del tiempo, manteniendo éste con una periodicidad dada, lo que permite al productor organizarse. Además la mayoría de ellos, tienen una sensación mayoritaria de obtener todos los productos que necesitan o pueden necesitar a lo largo de la semana (ver Anexo III).

Se tratará por tanto de un consumidor más fiel, fiable y comprometido con la transformación de territorios y hábitos, además de un potencial agente politizador y concientizador, ya que no únicamente consume, sino que desarrolla y promueve un tipo de consumo diferente a ojos de la ciudadanía.

Por lo tanto, aunque el consumo de productos ecológicos es principalmente debido a motivos de salud, realizando un acto consciente de cambiar unos hábitos

⁴³ Brevemente podemos distinguir, según estos autores, un consumo a la moda con una identidad cambiante, un consumo defensivo de reacción frente a alarmas alimentarias, un consumo “alternativo”: los llamados Bohemios Burgueses, nuevos nichos de mercado por motivos de salud y en algunos casos medioambientales, un consumo reflexivo con una activación ética, pero individual, dentro del mercado y por último el consumo constructivo, como desarrollo de un acción colectiva que genera una resistencia agroalimentaria (A. Calle et al., 2009).

alimenticios que se descubren como inseguros, estos grupos de consumo dan un paso más hacia la transformación, ya que sus criterios están relacionados también con la cercanía, las relaciones directas con el productor y los cambios en las relaciones sociales. Además se caracterizan internamente por la autogestión y la horizontalidad en la toma de decisiones.

Ese grado de implicación posible, surge a través de la multimilitancia (A. Calle, 2005), ya que la gente que pertenece a estos grupos de consumo, a su vez suelen estar relacionados con otro tipo de organizaciones (ver Anexo V - Entrevista RAL) y a su vez implicando a estas en un consumo consciente. Además, son capaces de desarrollar lugares de encuentro, para discutir, agilizar y mejorar sus problemáticas.

La forma típica de clasificar los distintos grupos de consumo agroecológico es según su forma de consumo o su manera de adquirir los alimentos

- **G. C. de cesta cerrada:** este tipo de grupos suele consumir una cesta con unos alimentos prefijados, con precio fijo y sin capacidad de poder elegir entre unos productos u otros. Si bien es cierto que este tipo de consumo se inclina a un consumo de productos de temporada, según “lo que haya en la huerta”, también es cierto que ya podemos contar con distribuidoras que reparten productos de fuera de temporada, con el que complementan las cestas, o productores que orientan su producción directamente a este tipo de mercado.
- **G. C. de cesta abierta:** suelen escoger entre los distintos productos que se ofrecen por parte de los productores, suelen estar asociados a grupos más grandes y con una capacidad suficiente para realizar pedidos sin costes excesivos de transporte.

Dada su importancia, resulta de mayor utilidad buscar las formas o estrategias que se han utilizado desde el consumo para lograr una transformación del sistema agroalimentario y realizar una tipología de los mismos, por las inquietudes o vínculos que se establecen en y entre los distintos grupos de consumo.

Una pequeña aproximación a las distintas tipologías de los grupos de consumo de Madrid podría ser:

- **Grupos de compra:** normalmente realizan el pedido a alguna distribuidora,

como pueden ser Grupema⁴⁴, Ecoindalo⁴⁵, Ecosecha o La Garbancita Ecológica, que les acercan sus productos a un punto convenido. Éste se ha convertido en un método relativamente “sencillo” para los distintos grupos, que no necesitan de gran participación en sus estructuras, únicamente un lugar de recepción común. Aunque, como se ha comentado anteriormente, el precio del producto suele ser mayor, también suele ser uno de los métodos utilizados para empezar.

- **Grupos de consumo agroecológicos:** utilizan principalmente los canales cortos de comercialización, realizando los pedidos directamente a los productores, y suelen formar parte de ellos una media de 16 unidades familiares. Normalmente exigen una mayor implicación por parte de los consumidores, debido a la mayor cantidad de tareas a realizar. Suelen visitar al productor y, en ciertos casos, se implican con él. Sostienen a una gran diversidad de productores que les surten. Formarían parte de estos la gran mayoría de grupos de consumo de Madrid.
- **Grupos de consumo asociados en redes:** no son muy numerosos pero actualmente están aumentando en la comunidad de Madrid debido a que se ha ido fomentando a lo largo de los años este tipo de estructuras. Generalmente permiten la obtención de una mayor cantidad y variedad de productos, al poder alcanzar los mínimos de volumen requeridos para que la transacción sea económicamente rentable para ambas partes. Por otro lado, se produce un reparto de las tareas y gastos entre los distintos grupos, tomándose las decisiones en reuniones periódicas. Normalmente llevan detrás un fuerte trabajo ideológico. Dentro de este tipo podemos enmarcar a los grupos asociados al RAC o la Red de Lavapies.
- **Cooperativas de consumo:** son más grandes, no exigen tanta implicación a todos sus miembros y suelen tener personas asalariadas para realizar una mínima gestión, aunque en gran medida se nutren del trabajo voluntario. Están compuestas por alrededor de 80 unidades familiares, las cuáles adquieren el compromiso del pago de una cuota mensual de mantenimiento del grupo. La mayoría están asociadas entre ellas en la red de “La Coordinadora de grupos de consumo agroecológico”. Como ejemplo de este tipo de grupos en Madrid

⁴⁴ Página web de Grupema. www.grupema.com

⁴⁵ Página web de Ecoindalo. <http://ecoindaloblog.blogspot.com/>

estarían REDES y Ecosol.

- **Tiendas cooperativas:** la diferencia fundamental es que tienen una persona que se encarga de mantener una tienda. Tiene asociados que reciben periódicamente su pedido en la tienda, de productos perecederos, pudiendo adquirir otro tipo de productos en la tienda por consumidores socios y no socios. Los socios están vinculados por una cuota de permanencia para los gastos de gestión y transporte. Como único ejemplo en la región estaría “A Salto de Mata”, que además actualmente se están encargando de gestionar el pedido a otras cooperativas de consumo, como puede ser REDES.
- **Cooperativas de producción-distribución-consumo:** Son asociaciones con un alto grado de ideologización. Los ejemplos que existen en Madrid son Bajo el Asfalto está la Huerta y Surco A Surco⁴⁶. Estos grupos crean un modelo innovador de sistema agroalimentario, que detallaremos en páginas posteriores. De una forma sencilla podemos decir que tienen unos terrenos en los que producen lo que consumen y utilizan un sistema de cesta cerrada en la que reparten los productos obtenidos. Se mantiene con una cuota mensual para el pago de los trabajadores y el gasto de distribución, que será independiente de la cantidad de producto que haya en la cesta.

Sobre todos estos modos de consumo “alternativo” se puede encontrar muy poca bibliografía oficial, como puede verse en el estudio de venta en canales alternativos del Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino, en el que se obvia esta realidad (Fuentes Bol, 2006). Sin embargo, estos grupos de consumo no son sólo la vanguardia de un tipo de consumo, sino que verdaderamente manejan un importante flujo de capital, llegando a establecer compromisos vinculantes con los productores, y consumiendo hoy en día productos ecológicos a un precio más justo tanto para el productor como para los consumidores.

Se podría decir que estos grupos crean lo que se conoce como “*estilo agroalimentario, un modo específico de articular una práctica de producción, transformación, distribución y consumo alimentario, resultando central, por una parte, la interrelación sistémica entre todos los agentes que participan en la función alimentaria y, por otra, la coherencia entre los valores culturales y la praxis de la*

⁴⁶ A partir de ahora BAH y SAS, respectivamente.

función alimentaria [...] La creación de estilos agroalimentarios alternativos están guiados por valores y fines distintos a los imperantes en el modelo globalizado e implican formas de manejo agrario, estructuras de comercialización, así como relaciones entre los distintos agentes y actividades alternativas” (A. Calle et al., 2009).

Debido al carácter alternativo de éstos, la falta de investigaciones, recursos, o búsqueda de comprender y soportar con algún tipo de apoyo institucional, o en cualquier caso, facilidades y exenciones para fomentar desde las políticas públicas este tipo de grupos, se ha suplido en la mayoría de las ocasiones, con un esfuerzo voluntario, tanto para la organización como para el transporte que, aunque ha podido generar la insatisfacción y el abandono de muchos grupos de consumo, le dan valor y refuerzan la apuesta por proyectos autogestionarios y alternativos.

Además, para buscar el objetivo emancipador de estos grupos de consumo, habría que ir a los inicios de los mismos, que están en la búsqueda de crear una realidad diferente dentro de sus propios colectivos, y en llevar a cabo una estrategia vital más relacionada con su visión sociopolítica y ambiental de la sociedad actual, tratando de lograr una “redefinición de las relaciones de poder dentro del sistema agroalimentario” (A. Calle et al., 2009).

6. 2. 2. Datos y problemática de los grupos de consumo agroecológico de Madrid:

Dentro de los grupos de consumo de la comunidad de Madrid (ver Figura 7), se puede decir que como mínimo hay implicadas unas 600 familias⁴⁷ y unas 1800 personas⁴⁸ con un consumo más o menos constante. A parte, el movimiento de capital no es nada despreciable, llegando a la cantidad de medio millón de euros al año⁴⁹, aunque esto varía en gran medida dependiendo del grupo estudiado.

Los productos consumidos dentro de esos grupos, son de una gran variedad, llegando a completar una cesta de la compra muy diversa. Se puede observar la problemática para conseguir ciertos productos, como es la fruta de cercanía y temporada

⁴⁷ Datos obtenidos de las encuestas de los grupos de consumo, sumando unas 160 familias y contando además con la Garbancita Ecológica, pero es un dato aproximado ya que los datos son de los grupos de consumo que han ido participando en las distintas actividades del Foro Social Mundial 2009 (ver Anexo III).

⁴⁸ Esta cifra se obtiene usando una media de tres personas la unidad familiar.

⁴⁹ Esta cifra se ha obtenido de sumar los distintos datos de la comunidad de Madrid, y dando un valor aproximado a los que contestan en kilos, de dos euros por kilo, para intentar obtener no un dato exacto, si no una aproximación que dé idea de la capacidad de mover capital de estos grupos.

bajo pedido, además de productos lácteos. Esto llama la atención, al ser un problema resuelto por alguno de los grupos de consumo, lo que delata la falta de comunicación y trabajo entre los distintos grupos de consumo de la comunidad de Madrid.

La mayoría de los pedidos se realiza a pequeños productores más o menos cercanos⁵⁰, aunque también se realizan pedidos a distribuidoras y cooperativas españolas, principalmente en invierno, ya que debido a la climatología escasean los productos frescos cercanos. Por otro lado se observa que dentro de los grupos, principalmente los más antiguos, se realiza un pedido “a la carta”, siendo esta la preferencia de la mayoría de los grupos.

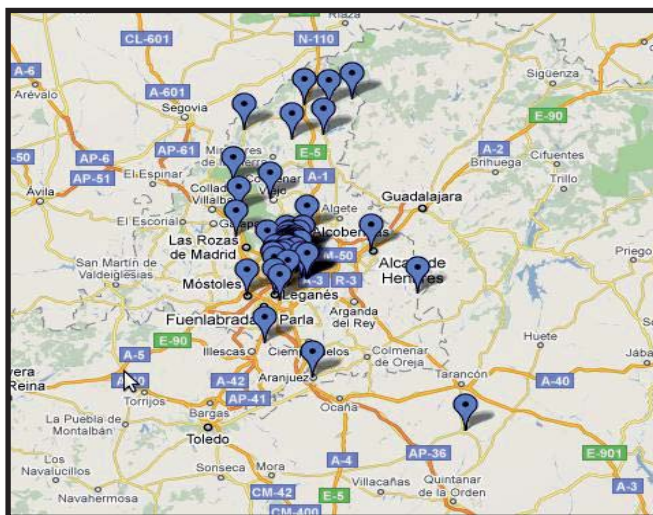


Figura 7: Mapeo de los grupos de consumo de la comunidad de Madrid. (Fuente: ISA-m).

La recogida de los productos es quincenal o semanal, optando por lo tanto por una compra por semana como máximo, lo que supone un gran cambio de mentalidad, al tener que planificar el consumo. Aunque la mayoría de estos grupos están abiertos a nuevos miembros, los grupos más antiguos suelen tener listas de espera, de ahí la necesidad de compartir la información con el resto de grupos implicados, o crear nuevos grupos “tutorizados”.

6. 2. 3. Problemas clave de los grupos de consumo a través del flujograma de la ISA-m

Según el resultado del flujograma realizado el 4 de Noviembre de 2009⁵¹ los problemas clave identificados, es decir, los que cuentan con más entradas y que pueden solucionar a su vez varios problemas, son la falta de implicación más allá del consumo, que los grupos de consumo son demasiado pequeños y que los productores no están organizados para la distribución. De estos problemas se saca la conclusión de que se

⁵⁰ Algunos productos no se encuentran dentro de la comunidad de Madrid por lo que la distribución se complica (ver Anexo V – Tabla de productores de los grupos de consumo de Madrid elaborada con los datos de las encuestas de la ISA-m a los productores).

⁵¹ Ver blog de grupos de consumo de Lavapies. <http://gruposdeconsumo.blogspot.com>

puede trabajar conjuntamente con los productores tanto el transporte como la distribución, y que entre los grupos de consumo se puede abordar el problema de los grupos pequeños y la falta de implicación más allá del consumo.

Por tanto, una de las prioridades a trabajar sería en la creación de nuevas redes de producción y de consumo para solucionar los problemas del tamaño de los grupos de consumo, al asociarse varios grupos, y con ello solucionar, en cierta medida, el problema del transporte y la distribución. Por otro lado, estas redes pueden servir de plataforma para fomentar la formación agroecológica y aumentar la implicación más allá del consumo. Todo esto encaminado en facilitar el consumo agroecológico y por lo tanto la soberanía alimentaria.

6. 3. Las redes de consumo en Madrid

Una red de consumo es una asociación de segundo grado de distintos grupos de consumo. Los objetivos y fines de estas redes son, como se verá más adelante, no sólo mejorar la distribución y el poder optar a realizar un consumo con unos volúmenes lo suficientemente aceptables para la distribución por parte de los productores, si no que incluyen motivaciones políticas y de ampliación del modelo agroecológico de producción y consumo, por lo que se considera necesario desalentar estas experiencias para trabajar en pro de la soberanía alimentaria.

6. 3. 1. Historia de las Redes de Consumo Agroecológico de Madrid

Se va a profundizar en la historia de las redes de consumo debido a que, como se verá posteriormente, la mayoría de redes que existen en la actualidad en la comunidad de Madrid, parten de raíces comunes.

Los grupos de consumo de Madrid surgen hace más de 25 años, como estrategia de crear una conexión entre el campo y la ciudad. Posteriormente, y con el tiempo, se le irán añadiendo criterios y requisitos para el trabajo dentro de estos grupos. Pero es en 1997 cuando los grupos autogestionados de consumo o GAKs, formados por personas y colectivos vinculados al Movimiento contra la Europa de Maastricht y la Globalización Económica (Movimiento Anti Maastricht - M.A.M.), grupos ecologistas o la plataforma “Desenmascaremos el 92”⁵², comienzan a plantearse el trabajo en red.

⁵² Campaña que pretendía denunciar la farsa y el derroche de los actos de celebración del 92 (Expo, Olimpiadas y Capitalidad Cultural) (R. Fernández Durán, 1996).

Se propició el encuentro de las redes antiglobalización con el mundo rural un fin de semana de Noviembre de 1996, con representantes de COAG, la Plataforma Rural y Vía Campesina en Amayuelas (Palencia). A finales del 1997, formaban parte de los GAK,s ocho grupos: “Malabar” en Canillejas”, C.S.O.⁵³ “El Laboratorio” en Lavapies, “La Lavandería” en Vallecas, Hortaleza, EKKAI, Aedenat⁵⁴, CAES⁵⁵ y Kybele (P. Galindo et al. 2006), que abarcan desde centros sociales, asociaciones de estudiantes, asociaciones ecologistas y sociológicas y teterías.⁵⁶

La historia de las redes de consumo en Madrid, está estrechamente relacionada con la distribución y la forma de conseguir sus alimentos, debido a la dificultad para encontrar estos productos desde la gran ciudad.

Se definían entonces los GAK,s como: *“grupos de personas que se organizan para consumir alimentos de temporada, ecológicos, pagando un precio justo y estableciendo relaciones directas entre productores y consumidores basados en la confianza y solidaridad mutua”*. (P. Galindo et. al, 2006)

Posteriormente surgirá Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH), una iniciativa que aúna en una misma organización producción y consumo, lo que transforma en gran medida los grupos, ya que parte de ellos pasan a formar parte de esta organización, aún manteniéndose los lazos como GAK,s. Aparecen entonces las primeras disensiones, al ser el BAH un proyecto muy autorreferente.

Pero es con un pedido de cítricos en el año 2002 a Valencia, donde se profundiza en la coordinación, incorporándose un mayor número de grupos diferentes y dando lugar a “La Coordinadora de grupos de consumo agroecológico de Madrid”. Esta coordinadora tendrá múltiples objetivos, no solo propiciar una mayor coordinación a la hora de hacer los pedidos y así conseguirlos a un mejor precio reduciendo los costos del transporte, sino que surge con una profunda vertiente ideológica y política.

La coordinadora ha sufrido diferentes rupturas e incorporaciones en estos años, por motivos tanto políticos, como ideológicos y de gestión, poniéndose de manifiesto que la existencia de una gran coordinadora en Madrid es una tarea complicada.

⁵³ C.S.O: Centro Social Okupado.

⁵⁴ Asociación Ecologista en defensa de la naturaleza.

⁵⁵ Centro de Asesoría y estudios Sociales.

⁵⁶ Aunque anteriormente ya trabajaban distintos grupos de consumo en Madrid, no se planteo ningún sistema de coordinación anterior.

Actualmente continúa trabajando, aunque de ahí se han separado distintos grupos en sus propias redes, como puede ser el ejemplo de la Red Autogestionada de Consumo (RAC), o la futura red en construcción de la zona Norte.

El BAH ha continuado creciendo hasta el punto de que se dividió en dos proyectos distintos, surgiendo Surco A Surco, con unas características muy similares. Actualmente, y después de varias crisis, se siguen manteniendo como referente de “otra forma de hacer”.

Además, cabe destacar la aparición fuerte de distribuidoras, llevadas desde por pequeñas empresas hasta por cooperativas de economía social, que están generando sus propias redes de grupos de consumo, aumentando la aparición de éstos y reduciendo el nivel de participación e implicación requerida para la gestión.

Por tanto, el estudio se centra en el presente de esta historia, cómo está funcionando el consumo agroecológico en la comunidad de Madrid, hacia dónde han ido derivando estos grupos, como se organizan, y las distintas redes que han ido forjando por el camino.

6.3.2. Enredados a la madrileña

Las redes de grupos de consumo agroecológico de Madrid, aún independientes entre sí en la toma de decisiones, mantienen uniones y lazos fuertes entre las mismas, perteneciendo distintos grupos de consumo a más de una red. Gran parte de los grupos del RAC pertenecen actualmente también al BAH, grupos de la Coordinadora pertenecen a su vez a la red agroecológica de Lavapies. Por otro lado el BAH y el SaS tienen una unión muy fuerte con reuniones plenarias periódicas. La Garbancita Ecológica es uno de los colectivos más aislados dentro del movimiento agroecológico de Madrid, debido a los diferentes conflictos durante estos años, pero lo suplen en gran medida con su presencia en los diferentes movimientos sociales (ver Figura 8).

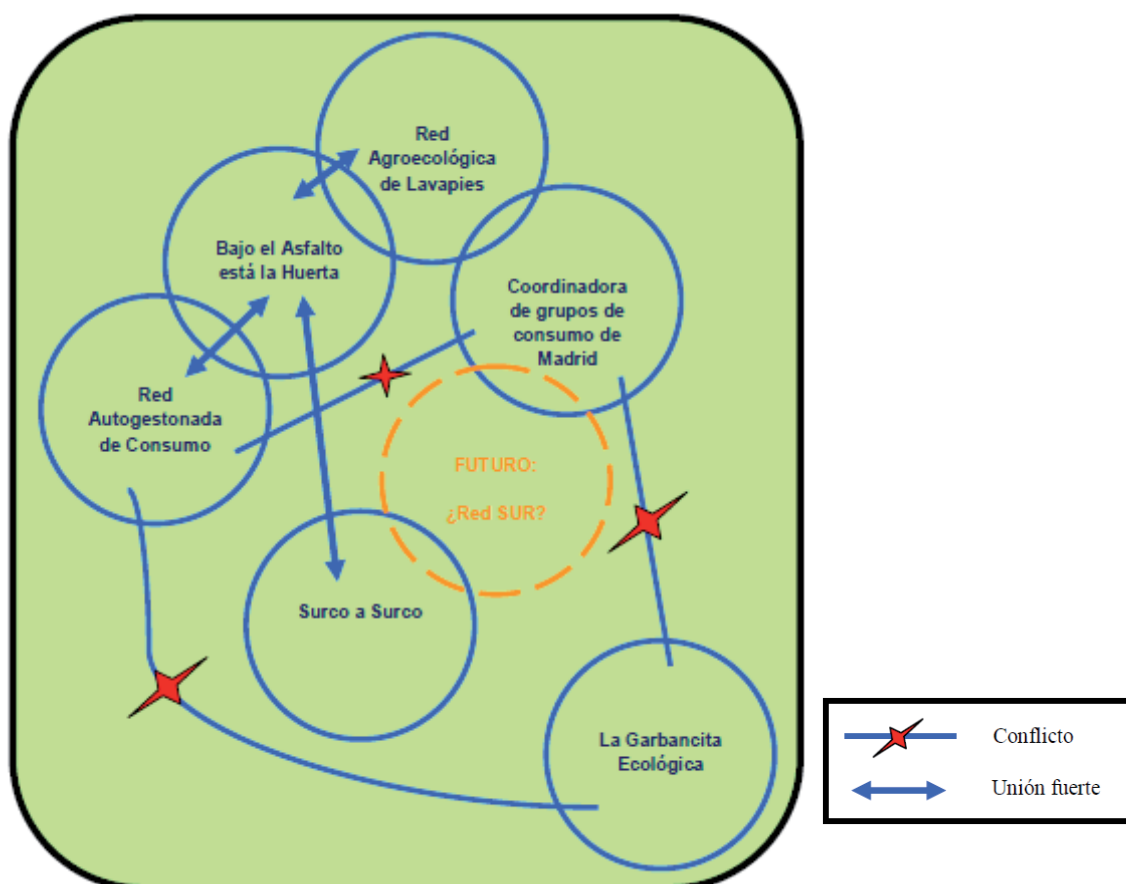


Figura 8: Relaciones entre las diferentes redes de consumo agroecológico (Fuente: Elaboración propia).

6. 3. 3. Las redes de consumo agroecológico de Madrid

En este capítulo se explican las distintas redes de consumo agroecológico que se encuentran en la actualidad en la comunidad de Madrid, con el fin de comprender el funcionamiento general de las mismas, a través de miembros destacados de estas redes. (Ver Anexo V).

6. 3. 3. 1. La Red Autogestionada de Consumo

La Red Autogestionada de Consumo (RAC)⁵⁷; proviene del tronco común que son los GAK. Nunca perdió su independencia al unirse a la “Coordinadora”, manteniendo su estructura de grupos de consumo pequeños y autogestionados, con algunas altas y bajas de grupos en su interior. Posteriormente, la salida de la Coordinadora en 2009, debido a desencuentros económicos motivados por la distribución, ha propiciado que esta red crezca en

⁵⁷ Página web del RAC: <https://sites.google.com/site/redautogestionadaconsumo/>

autonomía y se plantee su crecimiento y expansión. Además, algunos de sus grupos en la actualidad también pertenecen al BAH y tienen representantes en la ISA-m, por lo que han pasado y están presentes, en cierta medida, en la gran mayoría de estructuras agroecológicas y de coordinación de la comunidad de Madrid. Por tanto, llevan realizando durante varios años acciones formativas y de autoafirmación durante muchos años, pasando a comenzar a trabajar de una forma más independiente con su salida de la Coordinadora, y realizando varios talleres y jornadas para fomentar el surgimiento de grupos nuevos.

Actualmente la RAC está formada por seis grupos de consumo⁵⁸, localizados en distintas zonas de la comunidad de Madrid, no muy desperdigados en el mapa, aunque no fue algo intencionado. Estos grupos están insertos en las asociaciones de vecinos de sus barrios, lo que les caracteriza sociológicamente y les convierte, en palabras de sus miembros, en unas organizaciones “bastante estables”.

La red se organiza mediante reuniones plenarias, con representantes de todos los grupos. Allí se decide la asignación de tareas por parte de los miembros, y se encarga la gestión de un productor a un grupo de la red en concreto. Este se va a encargar de trabajar con el productor durante un periodo de tiempo, en principio un año, hasta el siguiente plenario, salvo en los pedidos más conflictivos como pueden ser los de verduras, puesto que conllevan más dificultad por el volumen y la frecuencia de pedido, realizándose el cambio de responsable cada dos años, ya que si no éste se produciría cuando se empieza a coger soltura con los pedidos.

El reparto se realiza a todos los grupos una vez a la semana, que es el “día de la actividad agroecológica”, mediante un transporte propio de la red. Este ha sido uno de los grandes problemas, debido a que es complicado ofrecer un puesto de trabajo como repartidor para sólo un día, aún teniendo siempre voluntarios.

Al no existir una estructura legal, y no poder realizar contratos, utiliza el “céntimo solidario” para cubrir posibles bajas a la hora de la distribución ya que,

⁵⁸ “La Lavandería” localizada en Vallecas, “La Unión” en Hortaleza, y los de Estrecho, Prosperidad, La Elipa y Montecarmelo, localizados en los barrios con su mismo nombre.

aunque quisieran, no se podría cubrir el puesto de trabajo de una persona de forma continua.

Esta red trabaja con unos 12 productores, en los que están incluidos, desde productores individuales a cooperativas⁵⁹. Los criterios para elegir un productor u otro son: que sean agricultores ecológicos con un carácter transformador, pactando precios con los consumidores durante la temporada; que realmente quieran vivir de sus explotaciones potenciando la ocupación rural; que les guste crear redes; y preferiblemente cercanos, aunque según los propios miembros este punto aún no está cumplido. No es la certificación oficial un criterio excluyente.

En la red se hace pedido conjunto de la mayoría de productos, principalmente de verduras, aunque ciertos productos como puede ser el café, cada grupo lo adapta a su gusto.

El lugar de la distribución de estos grupos ha ido variando hasta lograr su ubicación actual dentro de las asociaciones de vecinos, habiendo pasado por tiendas, teterías o centros sociales.

Las dificultades más grandes del RAC pasan principalmente por el transporte y la autogestión, lo que se traduce en el número reducido de grupos de consumo que puede albergar la red, puesto que un exceso de grupos aumentaría en gran medida el “trabajo de coordinación” para realizar los pedidos y los pagos, y complicaría el proyecto autogestionario, debido también al ritmo de vida de las ciudades.

Por otro lado, la distancia física entre los grupos limitaría el crecimiento, al tener que pagar un precio más alto por el transporte, lo que encarecería en gran medida la cesta de la compra. Por tanto, aunque sí podrían “absorber un par de grupos” más dentro de la red, prefieren que esas redes “prolifere a lo largo del territorio”.

Se destacan por haber pasado por todas las coordinaciones y estructuras que existen y han existido.

⁵⁹ Entre los productores del RAC encontramos a: Apisquillos, Silvano, Meigas, Juan (Morata), Red Apoyo Zapatista, Gumendi, Ecomediterránea, Buen Pastor, Amayuelas, Ecolecera, Margabio y Braman.

6. 3. 3. 2. La Coordinadora de grupos de consumo agroecológico de Madrid

La Coordinadora de grupos de consumo agroecológico de Madrid, formada ahora ya hace 10 años, es la primera gran coordinadora de grupos de consumo de Madrid, por lo que ha tenido que soportar los conflictos de estar grupos diferentes, con aspiraciones parecidas pero distintas, y con la necesidad de grandes debates internos para poder definir su proyecto. La Coordinadora se ha convertido en un referente entre los grupos de consumo, así como en la política nacional, siendo de las pocas redes de consumidores del estado que tiene representación dentro del CAEM (Comité de Agricultura Ecológica de Madrid).

La Coordinadora, como se ha comentado anteriormente, surge por motivos fundamentalmente prácticos, por la imposibilidad de tener variedad de productos, sobre todo en invierno, y por los problemas que tenían para llegar a los volúmenes necesarios de pedidos.

Los miembros actuales de La Coordinadora son ocho⁶⁰, formando parte tanto grupos ecologistas (“La Dragona” sería el grupo de Ecologistas en Acción), cooperativas de consumidores (“REDES” y “ECOSOL”), tiendas cooperativas (“A Salto de Mata”) y centros sociales (cómo “La Karacola” que es un centro de carácter feminista).

Los pedidos dentro de La Coordinadora se hacen conjuntos, lo que facilita en gran medida la labor de los productores a la hora de distribuir los productos. Además mueven un gran volumen de producto, para lo cual tienen alquilado un asentador en Mercamadrid, a donde van los productores y desde allí una furgoneta va repartiendo a las distintos grupos o cooperativas de consumo, con una periodicidad semanal. El transporte se paga según la cantidad de kilos distribuidos, y los trabajadores no tienen contrato debido a la estructura legal de La Coordinadora, poniendo un céntimo más por producto para pagar posibles bajas.

La organización de esta red es mediante una asamblea mensual de los miembros y las tareas están divididas entre los grupos, destacando las tareas de

⁶⁰ A Salto de Mata, Ecosol, Redes, El Cantueso, Escalera Karacola, Hortaleza, La Dragona, y Subiendo al Sur.

contabilidad, la de preparar un calendario de reparto, la de interlocución con los productores comunes y la de relación con las personas contratadas para la distribución, aparte de representantes en otros proyectos, como la Iniciativa por la Soberanía Alimentaria. En cuanto a productos concretos, se encarga el grupo que tiene una relación histórica mayor con el productor.

Entre los productores con los que trabajan, están desde cooperativas a productores individuales. Cabe destacar Ecomediterránea y Gumendi (Valencia y Navarra respectivamente), así como otros productores de la región de La Vera (Cáceres) y Madrid. Llegando a tener una gran variedad de productores y productos de todo tipo.

Los criterios no se basan en la certificación oficial, sino en la relación con el productor y el conocimiento que tienen de él, ellos o sus contactos. Destacan el que sean productos ecológicos, provenientes de estructuras de economía social (cooperativas, sociedades anónimas laborales, o productores particulares), cercanía e intentando ser lo más coherentes posible con todos los criterios.

Las potencialidades de este grupo son principalmente su madurez y estabilidad, habiendo afrontado varias crisis en su interior. Esa experiencia puede ser de utilidad para el resto de grupos y coordinaciones futuras.

Sus limitaciones corresponden también con su grado de madurez, ya que limitan los riesgos de incorporar grupos nuevos con menor consumo, o que no se adapte a su sistema de distribución, por los costes de transporte, lo que impide hoy en día su crecimiento. Además, los conflictos que han ido surgiendo en su seno, dificultan la antigua visión que había de referente político y social y han motivado una nueva búsqueda de modelos.

El futuro es halagüeño para esta organización, debido a que actualmente se ha conformado como un proyecto muy estable. Cómo afronten su crecimiento determinará el estado anecdótico de esta red o su vuelta como referente del consumo agroecológico en Madrid.

6. 3. 3. 3. Red Agroecológica de Lavapies

Para describir la red agroecológica de Lavapies⁶¹ habría que situarla en su contexto. El barrio de Lavapies es un barrio con una gran tradición de movimientos sociales y de grupos de consumo, por lo tanto, no es de extrañar que este barrio se convierta en uno de los faros agroecológicos de la comunidad de Madrid.

Esta red surge hace tres años, debido a la proliferación de grupos de consumo en esta zona de Madrid y al interés e impulso de grupos que llevaban ya varios años trabajando, como “la Karacola”, un grupo de consumo enmarcado en un centro social feminista.

Comenzaron a reunirse principalmente con el objetivo de “sacar para afuera” todo el trabajo que se estaba realizando. Para ello se han llevado a cabo durante estos tres años, jornadas agroecológicas en el barrio, con una gran proyección en todo Madrid. Además se han desarrollado distintas conferencias o jornadas de formación y han empezado a coordinarse para realizar sus pedidos, principalmente de productos no perecederos, debido a que los grupos están ya comprometidos con distintos proyectos.

Los objetivos de la red serían entonces: el “conocernos y dar a conocer” el proyecto, facilitar las reuniones con los productores, la formación de nuevos grupos de consumo en Lavapies y ponerse en contacto con otros proyectos.

Esta es una red, por tanto, que va más allá de la coordinación para el consumo, ya que realiza también un trabajo social y político para el fomento del consumo de la producción agroecológica. Actualmente están dentro de esta red diez grupos⁶², con una gran variedad de experiencias y formas de organización para el consumo distintas, lo que la convierte en un gran laboratorio de experiencias.

Los criterios para elegir productores son: apostar por los canales cortos de comercialización, que sean agroecológicos y de cercanía. Normalmente se

⁶¹ Página web de los grupos de consumo de Lavapies. <http://gruposdeconsumo.blogspot.com>

⁶² Pertenecen a la red: cuatro grupos del BAH y uno del SAS, dos de la Karacola pertenecientes a la “Coordinadora”, y otros tres grupos más jóvenes la Dinamo y la Biblio que piden a Ecosecha y un grupo de Milhistorias

eligen por conocimientos previos de algún grupo, sin ser el certificado oficial un requisito, ya que se basan en la “confianza” como criterio principal.

Uno de los limitantes de la red, aunque también podría ser una potencialidad, es su carácter de barrio, ya que está integrada por grupos con una gran cercanía, lo que facilita tanto la comunicación, como la gestión y la coordinación. Por otro lado, les impide crecer en localizaciones, aun no siendo ese el objetivo, si no el de ir trabajando con otras redes de otros barrios.

El carácter de de faro agroecológico de esta red, la sitúa como catalizador y canalizador de nuevas experiencias, sobre todo después del surgimiento del Centro Social La Tabacalera⁶³, además, el mantenimiento de un blog de grupos de consumo sirve como referencia para gran parte de la ciudadanía a la hora de buscar sobre consumo consciente en la red.

6. 3. 3. 4. “Bajo el Asfalto está la Huerta” y “Surco a Surco”

Estas redes están situadas en el extremo más político e innovador de todas las estrategias de consumo, ya que integran en una misma organización la producción, la distribución y el consumo, teniendo trabajadores “asalariados”, que se encargan del mantenimiento de las huertas, y consumen lo que ellas producen.

El BAH⁶⁴ se inició con la ocupación de unos terrenos abandonados hace 10 años, mientras que el SaS⁶⁵ es una escisión del mismo hace cuatro años, aunque mantienen el mismo sistema de funcionamiento y organización. Ahora mismo el BAH mantiene otras huertas ocupadas, localizadas en la zona periurbana de Madrid (Perales de Tajuña), como denuncia de la especulación en la “ola de crecimiento de la ciudad”, y bajo renta en Rivas Vaciamadrid, mientras que SaS tiene sus terrenos en Toledo.

El consumo se realiza por cestas en la que se reparte a partes iguales los rendimientos de la tierra. Para ello se pone una cuota destinada tanto a pagar a sus productores como para la distribución de los productos, sin pasar en ningún

⁶³ Un espacio cedido por el Ministerio de Cultura a los distintos movimientos sociales que existen en Lavapiés.

⁶⁴ Página web del BAH: <http://bahourproject.org>

⁶⁵ Página web del SaS: <http://sindominio.net/wp/surcoasurco/>

momento por el mercado. Suelen realizar jornadas de trabajo mensuales en el campo, para ayudar a mantener estas huertas.

La organización de esta red es de modo asambleario, con asambleas generales compuestas por representantes de los grupos, siendo estos, los grupos de consumo, el grupo de trabajo y el grupo “semillero” y asambleas internas de grupo. La estructura del BAH pasa entonces, por las distintas asambleas de los grupos de consumo, asambleas conjuntas mediante representantes, y comisiones encargadas de cuestiones prácticas o “facilitar” la toma de decisiones. Además, se realizan distintos plenarios a lo largo del año en los que se toman las distintas decisiones, siempre mediante el consenso e inspiradas en la democracia radical.

Los criterios de estas redes tanto para la elección de sus productores, como de los externos se basan en la confianza. Se podrían definir por tanto al BAH y al SaS, como una gran “red de confianza”. El sistema de pago a sus productores y su afiliación a la seguridad social han sido un largo tema de debate dentro del BAH, estando en la actualidad todos afiliados a la seguridad social aunque buscando métodos alternativos de seguros sociales. Actualmente el grupo CNT está trabajando con el SaS en un tipo de contrato que quizá pueda desbloquear el conflicto.

Además, están asociados a la única red de productores existente en la actualidad para la distribución, compuesta por unos cinco productores, conocida como “El Puchero”, que se encarga de ofrecer productos que no son de huerta, como puede ser carne de cabrito, aceite, vino o pan.

Dentro de las potencialidades de este tipo de red está, el que puede servir de referente para la duplicación de la experiencia por otros proyectos, ya que por su propia infraestructura y formas de toma de decisión se ve harto complicado un gran crecimiento de esta red. Es más, el surgimiento del SaS es principalmente debido a ese motivo. Además se plantea la ampliación de este sistema de pago fuera del mercado, también a otro tipo de productos no alimenticios.

Este proyecto ha dado lugar a diferentes ramificaciones en el estado español, tanto en Córdoba con el colectivo “La Acequia”, como en Valladolid con BAH Valladolid, “Ortigas” Granada, etc. Y es una de las creaciones más

novedosas ya que acaba con la “tensión producida por el mercado”, al no haber una correspondencia entre cantidad de verdura y precio.

Los limitantes están asociados a la forma de trabajar de la misma, debido a la poca costumbre general de la población al trabajo en asambleas y la toma de decisiones por consenso. La falta de espacios tanto en el medio urbano para recoger los productos, como en el medio rural para conseguir tierras, son otros grandes limitantes. Está por ver si el factor económico puede volverse también un limitante, debido al precio de las mensualidades.

6. 3. 3. 5. La Garbancita Ecológica

Se estudiará a través de La Garbancita Ecológica⁶⁶, que proviene del GAK del CAES, pionero junto con otros grupos de consumo agroecológico de la comunidad de Madrid, la evolución y transformación de diferentes grupos hacia cooperativas de consumo, que acaban conformando una red con distintos grupos asociados. Es este uno de los más interesantes para el estudio en este momento, debido a que se sitúan en el proceso de instaurarse como una cooperativa legal, con distintos puntos de reparto y grupos asociados a la misma.

Por lo tanto, aunque llevan más de diez años trabajando, la “Garbancita” como tal surge hace apenas tres. Está ubicada actualmente en la “Lavandería” de Vallecas, un centro social que estaban ocupando hasta hace poco, y que pasará a formar parte de la “Garbancita” junto con su entrada en la legalidad.

La Garbancita es uno de los mayores intentos de crecimiento de los grupos de consumo de Madrid, transformando un grupo de consumo en una cooperativa legalmente establecida. Uno de los objetivos es posibilitar la vinculación parcial con idea de que no todos tengan que tener el mismo “grado de militancia”. Esto le hace perder parte de su carácter participativo, pero aumenta en gran medida sus volúmenes, número de afiliados y red de transporte. Aún así, se intenta tomar medidas para paliar esa situación, como puede ser la figura del consumidor activo con descuentos en los precios, e insertando en su interior a diferentes grupos de consumo, dando la posibilidad de participar en las decisiones, después de un periodo de prueba para que no se desestabilice el proyecto.

⁶⁶ Página web de La Garbancita Ecológica. <http://nodo50.org/lagarbancitaecologica>

En este momento la Garbancita Ecológica cuenta con 28 puntos de reparto, entre los cuales se encuentran AMPAS, colegios, grupos de consumo y personas individuales. Sin embargo esta cooperativa no perderá su trabajo pluridimensional, con un claro enfoque de género, de ahí el nombre de la Garbancita en femenino, trabajando principalmente las dimensión del consumo, educativa, cultural, de participación y de género, fomentando que haya grupos y personas individuales que se quieran “vincular” a la “Garbancita Ecológica” y a su proyecto, con el fin crear un “movimiento de consumidores”.

Los productores con los que trabaja son alrededor de la treintena, desde cooperativas como Ecomediterránea, Aiguaclara (Valencia), Gumendi (Navarra), Algamar (Galicia), Ecolecera (Aragón), a agricultores de lugares más cercanos como Madrid, Toledo y Segovia. La gran variedad de productores con los que trabaja les permite prácticamente completar la cesta de la compra.

Aunque la mayoría están certificados, sus criterios están más relacionados con la cercanía, la alimentación de temporada, pequeños productores que hagan una “agricultura ecológica en condiciones y no para el mercado”; y unos precios razonables para que no se convierta en un producto de elite, unos precios “justos para los agricultores pero también populares”. Con todos estos criterios el sello no es un criterio excluyente, ya que “certifica unas cosas, pero otras no”. Se intenta trabajar con productores que quieren una estabilidad de precios, incluso llegando a previsiones de volúmenes, cultivos y calendarios.

La mayor potencialidad de esta red, es la capacidad de sustentar un proyecto serio, con “los pies en el suelo”, capaz de establecerse con unas figuras legales, al que se puedan vincular los productores debido al volumen que mueven y alejándolos de la exportación. Las ganas de crecer para poder mantener la cooperativa y su carácter de denuncia política, que se busca mantener, es uno de los mayores retos a los que se enfrenta.

Los limitantes estarían más relacionados con capacidades personales, y de trabajo voluntario, debido al exceso de trabajo no remunerado que requieren estos proyectos, sobre todo al inicio, y su mayor riesgo, el que se convierta en una tienda a domicilio.

6. 3. 3. 6. Red Agroecológica Norte

La red agroecológica norte se forma a partir de una escisión de la Coordinadora agroecológica de consumo, y comprende distintos proyectos de la zona norte de la comunidad de Madrid. La historia de esta red es breve debido a que aún continúa su construcción.

La realización de distintas reuniones conjuntas a partir del taller de la ISA-m, la “Rehuerta”, principalmente encaminada a la realización de unas jornadas en esa zona, van a propiciar una efímera unión de fuerzas que lleva paralizada todo el año.

Las oportunidades y potencialidades que se brindan son grandes, teniendo en cuenta su cercanía geográfica. El cómo se enfoque el trabajo de este año, dará a luz o no una nueva red en Madrid.

6. 3. 4. ¿Qué nos enseñan las distintas redes de consumo?

Existen diferencias significativas de las distintas redes de consumo, de las que se pueden plantear aspectos que se consideran muy positivos y otros que pueden plantear reticencias a largo plazo.

Por ejemplo, el carácter de barrio de la Red Agroecológica de Lavapies, facilita en gran medida la distribución y el carácter reivindicativo de la misma y el acercar a nivel de barrio una perspectiva de soberanía alimentaria. Los volúmenes con los que trabaja la Coordinadora, que disminuyen en gran medida los costes de la distribución, y la presencia que tiene a nivel institucional como puede ser en el CAEM, resultan grandes fortalezas para mantener la estabilidad de estas organizaciones y la voz de los grupos de consumo fuera de su ámbito. La autogestión y la capacidad de organización del RAC, además de su estabilidad y autoafirmamiento, les establece como referencia de experiencias autogestionarias. El crecimiento inusitado de proyectos como la Garbancita Ecológica o Ecosecha (de la que se hablará posteriormente), debido a su estrategia de vinculación parcial, debe tenerse en cuenta si se quieren mantener unos volúmenes aceptables y una tasa de crecimiento capaz de generar cambios cuantitativamente apreciables.

Por el otro lado, la falta de coordinación a la hora de realizar los pedidos en los grupos de Lavapies, la dificultad de incorporarse en la actualidad a la Coordinadora, el

bajo volumen que mueve la Red Autogestionada de Consumo, o la falta de participación horizontal en proyectos como la Garbancita o Ecosecha, hacen estos proyectos imperfectos o con diferentes lagunas o aspectos a trabajar, aunque serán principalmente las diferentes dinámicas que se tomen por el resto de grupos de consumo de Madrid, las que marcarán el futuro de estas organizaciones y redes, hasta dónde podrán llegar y cómo desarrollarán su trabajo.

REDES DE GRUPOS DE CONSUMO	RAC	Coordinadora	RAL	La Garbancita Ecológica	BAH y SaS
Aportan nuevo	Grupos pequeños autogestionados	Grandes volúmenes, política oficial	Carácter barrio, movimientos sociales, gran diversidad de grupos.	Vinculación parcial, aumento del consumo.	Sistema agroalimentario alternativo
Limitantes	Trabajo de organización, distribución	Conflictos, permeabilidad	Barrio, coordinación productos	Capacidades personales, conflictos	Organizativos, Económicos
Tipología de grupos	Asociaciones de Vecinos	Cooperativas, tiendas cooperativas y grupos de consumo	Todas las existentes	Grupos de compra	BAH y SAS
Potencialidades o posibilidades de crecimiento	Un par de grupos más, complica la autogestión	Cerca de la ruta, consumo estable	Barrio de Lavapiés, creación grupos de consumo	Duplicar volumen y consumidores	Duplicación de la experiencia
Nº de grupos	6	8	10	28	15
Nº de productores	12	Muchos	Variados	30	Ellos mismos, "El Puchero"
Certificación oficial	NO	NO	NO	NO	NO
Distribución	A un local y transporte interno	A Mercamadrid e interna	A un local y se reparte	A local y transporte interno	Furgoneta para la cooperativa
Pedidos conjuntos	Sí	Sí	Productos no perecederos	-	-

Tabla 3: Tabla resumen de las redes de consumo agroecológico de Madrid (Fuente: Elaboración propia).

6. 4. Redes en la producción

El surgimiento de distintas organizaciones en la producción, se muestra de vital importancia para la mejora de la distribución, el acercamiento de los productores a los grupos de consumo y, en definitiva, hacia la soberanía alimentaria.

Por lo tanto se estudiarán las distintas estructuras existentes de coordinación en la producción, al margen de los sindicatos oficiales agrarios ya que, actualmente, aunque han tenido en contadas ocasiones representante en la ISA-m, no están vinculados al movimiento de los grupos de consumo.

- **APRECO**⁶⁷: es la organización oficial de los productores ecológicos en Madrid. Esta organización tiene varias reticencias por parte de los pequeños productores debido a la inoperancia que ha tenido en los últimos años, mostrándose efectiva únicamente para la feria Biocultura. No se proponen desde la misma, soluciones a los problemas que tienen los productores, convirtiéndose en una estructura a la que pertenecen simplemente por estar inscritos dentro de la producción ecológica, pero que no tiene o no ha tenido hasta ahora unas funciones asignadas reales.
- **“El Puchero”**⁶⁸: es una organización que lleva varios años trabajando. Surge del BAH, y comprende a unos seis productores de productos diferentes al hortícola, como el aceite, el pan, el cabrito, el vino e incluso cosmética y limpieza⁶⁹. En ella están presentes elaboradores artesanales y ecológicos certificados, y suelen entrar a formar parte de la red mediante propuesta de un miembro activo del “Puchero” y la posterior aceptación por parte de la asamblea, por lo que es una red que se basa principalmente en la confianza y en el apoyo mutuo, evitando la competencia de precios entre los productores y encaminados, en carácter exclusivo, hacia los canales cortos de comercialización. Principalmente suministran al BAH, entrando en las rotaciones de distribución de los productos del BAH, aunque actualmente reparte a varios grupos de consumo de Madrid.

⁶⁷ Asociación Profesional de Productores y Elaboradores de Alimentos Ecológicos de la Comunidad de Madrid

⁶⁸ Página web del Puchero: <http://bah.ourproject.org>

⁶⁹ Aceites “Pinceladas”, Ecopan, Cabrito de “Apisquillos”, Vinos “Ambiz” y cosmética y limpieza “Las Meigas”.

- **Ecosecha y Milhistorias**: se incluye una estrategia empresarial que viene del medio urbano, a través del movimiento neorural de reocupación de tierras, debido a la capacidad que ha tenido de generar varios grupos de consumo alrededor de esta propuesta. Ecosecha tiene alrededor de 40 grupos de consumo pequeños, que incluyen a unas 300 personas, configurando su propia red de grupos de consumo en Madrid, mientras que Milhistorias reparte también a varios grupos de consumo.

Estas empresas utilizan el sistema de bolsa cerrada para repartir los productos que producen en su campo, ampliando al resto de productos que completan la cesta alimenticia con productos de otros lugares bajo pedido, convirtiéndose además en una distribuidora. Se muestra muy interesante la capacidad de generar a partir del campo, grupos de consumo estables, que se encargan de recibir los productos en distintos puntos. Esto va a facilitar a los grupos de consumo asociados el conseguir una gran variedad de productos. Aunque se limita la participación dentro del proyecto mediante una vinculación parcial, han posibilitado el crecimiento de este tipo de consumo en la Comunidad de Madrid. Los problemas fundamentales a los que se enfrentan son el pequeño tamaño de los grupos de consumo a los que reparten y las unidades familiares que quieren participar en la compra sin organizarse como grupo.

Por otro lado, y a un nivel más sociocultural, Ecosecha mantiene una escuela de capacitación para la producción ecológica y el banco de semillas del Matadero de Madrid, mientras que Milhistorias está relacionado con un programa de inclusión social y no tiene las intenciones de crecimiento de Ecosecha.

- **Informales**: durante este tiempo han ido surgiendo cooperaciones informales para acercar los productos a Madrid entre distintos productores de las zonas más alejadas. Por ejemplo cabe destacar, la cooperación surgida entre productores de Segovia, que abarcan productos como la carne de vacuno, los huevos y los productos lácteos. Esto facilita en gran medida el reparto por los distintos grupos de consumo, al no tener que acercarse todas las semanas con su producción a Madrid. Por otro lado existen cooperativas de productores que ya facilitan su

transporte a Madrid, como pueden ser las cooperativas aceiteras del SOC, Ecomediterranea o Gumendi.

6. 5. La Iniciativa por la Soberanía Alimentaria de Madrid

La iniciativa por la soberanía alimentaria de Madrid, podría ser considerada un movimiento social (A. Calle, 2005) o un movimiento de movimientos, ya que está formada por representantes de distintos tipos de organizaciones, donde podemos encontrar una gran amalgama de posturas e intereses, desde las más clásicas de lucha, como los sindicatos agrarios, hasta organizaciones que están trabajando en pro de la soberanía alimentaria en la cooperación internacional, grupos ecologistas, académicos, grupos y redes de consumo, productores y personas interesadas⁷⁰ y que crean un espacio común para poder compartir y trabajar en pro de la soberanía alimentaria, aunque de manera desigual en cuanto al aporte de fuerzas.

Pero de dónde nace esta organización, cuáles son sus fines u objetivos y cuáles han sido sus mayores logros, según sus propias palabras son: *“La ISA surge en octubre de 2008 en el VI Foro por un Mundo Rural Vivo convocado por Plataforma Rural, que se hizo eco de la propuesta del Foro Mundial de Nyeleni (Mali) por la Soberanía Alimentaria de construir, a lo largo de todo el planeta, foros locales que aborden esta cuestión. Desde Plataforma Rural se están impulsando espacios de este tipo en territorios como Euskal Herria, Catalunya, Andalucía, Castilla-La Mancha y Madrid, que reúnen a agricultores, ecologistas, ONG para el desarrollo, consumidores y otros grupos. El objetivo es construir resistencias y alternativas locales a la globalización agroalimentaria que converjan en una estructura muy parecida a la propia Plataforma Rural, de carácter estatal”* (ISA-m, 2009).

La ISA-m nace por tanto a los ojos de la ciudadanía en el Foro Social Mundial de Madrid en Enero de 2009, a través el impulso que se da desde distintos sectores de la sociedad civil, para la creación de un foro de agroecología y de trabajo en las principales problemáticas del sector que se encuentran en la comunidad de Madrid⁷¹.

De ese encuentro surgirá un grupo de trabajo, con encuentros mensuales, para trabajar en la creación de una iniciativa por la soberanía alimentaria en Madrid (desde

⁷⁰ Los colectivos pertenecientes a la ISA-m actualmente son: CERAI, Veterinarios sin Fronteras, Ecologistas en Acción. RAC, BAH, SaS, la Coordinadora, Productores, Amigos de la Tierra, Red África Europa, Espanica, Sodepaz, Comité de apoyo al MST, Red África-Europa, AGIM-COAG, Mundu Bat.

⁷¹ Ver acta FSM Madrid redactado por CERAI. <http://gruposdeconsumo.blogspot.com>.

ahora ISA-m). En sus inicios la Iniciativa por la Soberanía Alimentaria de Madrid, estará dividida en varias comisiones, entre las cuales se encuentran:

La comisión de acciones, cuyo fin será dar luz a las distintas problemáticas de la alimentación a los distintos sectores de la sociedad civil, muy en la línea de las acciones de los nuevos movimientos globales. Normalmente realizan acciones directas como, por ejemplo, actuaciones para informar sobre productos en los supermercados o mesas informativas en la calle. En conjunto, distintas actividades de formación - sensibilización y de denuncia política⁷², aunque estas acciones también han tomado el aspecto más clásico de manifestación, como puede ser la manifestación de Madrid del 17 de Abril contra los transgénicos.

La comisión de difusión (cocolisas), cuyo fin es el de trabajar en la difusión de las distintas iniciativas que se realizan en la comunidad de Madrid y en el interior de la ISA-m. Para ello se ha establecido un banco de datos de las distintas iniciativas, productores y grupos de consumo, informando a las personas interesadas por correo electrónico de sus posibilidades de consumo en Madrid, y utilizando las nuevas tecnologías para propiciar nuevas redes de comunicación entre personas e iniciativas. Una de sus prioridades este año entrante es la creación y diseño de una página web, con diferentes contenidos que van desde el consumo hasta la soberanía alimentaria

La comisión Productores – Consumidores: se puede decir que es la comisión con un mayor sentido agroecológico y que se ha analizado de una forma más detallada anteriormente, tanto su trabajo, como sus conclusiones. Dentro de esta comisión se discuten las distintas actuaciones para facilitar y fomentar el consumo agroecológico en Madrid. Son lo más destacado sus trabajos conocidos como la “Rehuerta”, que pusieron en contacto a los grupos de consumo entre sí y a distintos productores interesados en el Foro Social Mundial de Madrid, proporcionando datos valiosos tanto para esta investigación, como para posteriores análisis y trabajos en común.

Actualmente la mayoría de las comisiones desaparecen, debido al escaso número de miembros activos en las mismas y la duplicidad de personas en las distintas

⁷² Catas de tortillas transgénicas frente al congreso, acciones informativas en supermercados, mesas informativas, etc.

comisiones. Para plantear las actuaciones de este año, se realizará un encuentro en Diciembre, donde se aportarán los datos y conclusiones de este trabajo, aunque los objetivos a tratar para el año entrante son, en principio, continuar con la difusión y el mapeo de experiencias por un lado y, por otro, continuar con el trabajo empezado en la “Rehuerta”.

El trabajo de la ISA-m

Se va a dividir este apartado en dos partes, destacando principalmente el cómo, antes que el qué se hizo y cuáles fueron los resultados finales de ese trabajo, ya que eso se trató anteriormente al hablar de la situación en Madrid del consumo agroecológico.

Una primera parte, de obligada referencia, es el taller denominado “La Rehuerta”, dinamizado por miembros de la ISA-m, en el cuál pudieron reunirse, tanto de forma conjunta como por separado, los distintos grupos de consumo y productores interesados en una transformación y ampliación de sus contactos a la hora de realizar un consumo responsable. Este taller se realizó mediante distintas reuniones previas al Foro Social Mundial.

Para conseguir los datos para trabajar con los diferentes grupos en el taller, se elaboraron distintas encuestas, las cuáles se entregaron a distintos grupos de consumo de la comunidad de Madrid, y a productores asociados o que están distribuyendo a los grupos de consumo en la actualidad en esta comunidad.

Los resultados de estas encuestas (ver Anexos III y IV), proporcionaron información acerca del consumo de productos ecológicos, cercanía de los mismos, etc., y posibilitó la realización de un flujograma durante el taller.

Del flujograma se pudieron sacar diferentes conclusiones y un plan de trabajo, que aunque se ha seguido en parte por los participantes, se ve necesaria una evaluación y revisión de los pasos dados y los pasos a dar durante este año. Además, estos talleres sirvieron para fomentar el conocimiento y despertar de la inmovilidad que existía en los grupos de consumo de Madrid hasta la fecha.

Aún así la ISA-m se ha mostrado como uno de los pocos interlocutores capaz de juntar a distintos grupos de consumo y a productores de toda la zona de Madrid. Por tanto, el no perder su esencia de facilitadora de un proceso, a la vez que mantienen el resto de sus luchas será un reto que tendrán para los próximos años.

6. 6. La Alianza por la Soberanía Alimentaria de los Pueblos

La ISA-m no ha sido un movimiento único en España, ya que han proliferado este tipo de movimientos a lo largo de todo el territorio nacional, en pro de la soberanía alimentaria, con un interés común en la organización y creación de redes de canales cortos de comercialización, además de mantener una fuerte denuncia política.

Para coordinar a todos estos movimientos surge la ASAP⁷³ (Alianza por la Soberanía Alimentaria de los Pueblos), una iniciativa con un modelo descentralizado y alejado de las instituciones⁷⁴, con el objetivo de asumir la declaración de Nyelini, llevándola a la práctica, siendo un movimiento que forja alianzas, apoyando las diferentes luchas y resistencias, y reforzando su solidaridad. Mantienen una sensibilidad especial hacia a la participación, sea cual sea el ámbito de acción (desde lo local a lo internacional), tamaño, recursos o tipo de organización y el trabajo de base. Buscan los tiempos y los equilibrios: donde participen movimientos sociales y plataformas, productores/as, elaborador/es, consumidores/as, organizaciones de solidaridad internacional y asociaciones ecologistas,... y donde se busque la representatividad, haciendo un esfuerzo consciente para evitar discriminaciones (de género, territorial, edad,...). Su meta es convertirse en un movimiento capaz de generar una amplia movilización hacia la Soberanía Alimentaria, mediante un proceso común de fortalecimiento y articulación de las distintas experiencias ya existentes en los distintos territorios, y enmarcándolas en una estrategia global. Por tanto, en sus propias palabras, “queremos ser un espacio de incidencia política, de difusión, de intercambio, de reflexión, de debate conjunto. A conocer y reconocerse, a poner y proponer, a lanzar y alcanzar”.

Aunque este es un último paso que a la plataforma de Madrid le está costando dar, debido principalmente a la dificultad de poder asistir a los distintos encuentros que se han ido realizando a nivel nacional, se presenta como una de las estrategias y prioridades para el año entrante.

⁷³ Página web de ASAP. <http://alianzasoberanialimentaria.org>

⁷⁴ Aún encontrándose subvencionada en parte por el gobierno catalán. Crítica con la que se encontrará inevitablemente, debido a la gestión de los tiempos de las administraciones, por lo que en cierta medida se ve limitada.

6. 7. Otros proyectos relacionados con la Soberanía alimentaria en Madrid

6. 7. 1. Los Huertos Urbanos

La proliferación hoy en día de huertos urbanos (ver Figura 9), tanto en la zona de expansión de la ciudad, como dentro de la misma, se puede convertir en un caso anecdótico, más como recurso formativo que como alternativa real al sistema

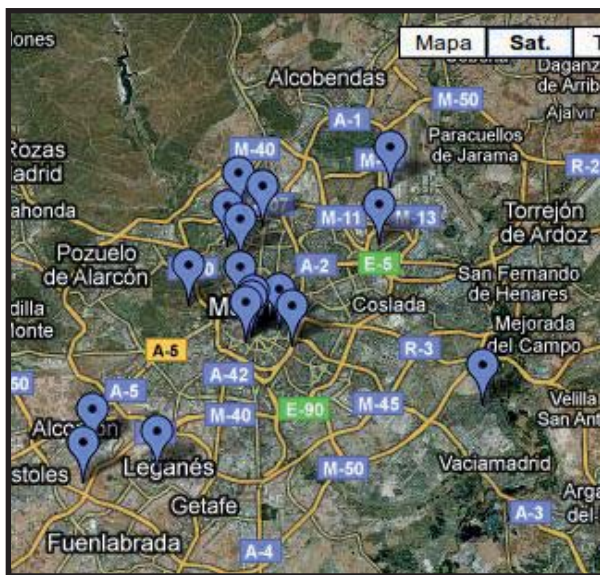


Figura 9: Mapeo de algunos de los huertos urbanos de Madrid (Fuente: Huerta de Tetuán).

agroalimentario. Bien es cierto que la proliferación de los mismos podrían asegurar en cierta medida las necesidades básicas de los habitantes de la ciudad.

La propuesta de los huertos urbanos ha entrado con fuerza en Madrid y, con un enfoque integrador, debe ser considerada como estrategia para alcanzar la soberanía alimentaria, ya que producen alimentos en espacios desaprovechados. Si bien es cierto que

es difícil que lleguen a gestionar territorios tan amplios como los agricultores actuales, se convierten en un punto de referencia para poder acercar el proceso alimentario a la ciudad y a los ciudadanos, proporcionando la experiencia de acercamiento a la tierra y conocimiento de dónde sale lo que comemos, además de servir para fortalecer la idea del decrecimiento en una gran ciudad.

Actualmente en Madrid no existen muchas experiencias de huertos urbanos⁷⁵, aunque están proliferando⁷⁶ en gran medida. Surgen desde distintos puntos de vista y versiones. Podemos encontrar huertos gestionados desde un punto de vista empresarial, como pueden ser los huertos ecológicos de Alcorcón, los apoyados o fomentados por las instituciones, principalmente ligado a centros de educación ambiental, o los hueros

⁷⁵ <http://lahuertitadetetuan.blogspot.com>

⁷⁶ Amor a la Tierra, Casa de Campo, Centro Chico Mendes, Centro de Mayores Salvador Allende, CSO Casablanca, Dehesa de la Villa, El Solar, Esta es una plaza, Huerta enjaulada, Huerto de Adelfas, Huerto eco. en Cáceres, Huerto improvisado, Huertos de alquiler en Alcorcón, La Cabaña del Retiro, La Gotera, La Piluka, La tabacalera, La Ventilla, Macetohuerto, Mi querido huerto urbano, Parque Juan Carlos 1º, Patio Maravillas, Sol de Tierra, y Huertos de Ocio Caserío de Henares, entre otros.

sustentados por asociaciones de vecinos, aunque actualmente la mayoría están vinculados a movimientos sociales en Madrid, en solares abandonados o en terrazas.

Se espera que proliferen en gran medida, más como referente de ocio y educativo que alimenticio o productivo, ya que se ha tomado como una de las líneas de acción de la Federación Regional de Asociaciones de Vecinos.

6.7.2. El Banco de Semillas

Otro paso importante en la generación de soberanía alimentaria en Madrid, sería la creación de un banco de semillas de variedades locales de la zona de Madrid y alrededores, situado en el “Matadero⁷⁷”. Se trata de un trabajo propuesto principalmente por la empresa Ecosecha. La generación de este banco de semillas va a permitir en un futuro, poder recuperar gran parte de las variedades locales, así como dar facilidades para los nuevos productores de la zona.

⁷⁷ Página web del Matadero de Madrid. <http://www.matadero.com>

7. DISCUSIÓN

El consumo se muestra de vital importancia por ser el motor que puede ayudar a realizar un cambio drástico en los modelos de producción, distribución y consumo. Los grupos de consumo agroecológico se presentan entonces como la punta de lanza que ha permitido la expansión de la producción y consumo agroecológico en nuestro días, siendo un movimiento de consumidores capaz de crear uniones estables con el campo, basadas principalmente en la confianza, llenando así el espacio de incomunicación que se ha ido generando entre el campo y la ciudad.

A su vez, han sido capaces de concienciar a la población y acercar la producción agroecológica a un gran número de ciudadanos, desarrollando nuevos experimentos de modelos de sistemas agroalimentarios y permitiendo a un número importante de productores vivir de su trabajo de forma digna, sin tener que recurrir a la especulación de los mercados ni a la exportación, y por lo tanto, favoreciendo la soberanía alimentaria.

Los principales puntos críticos para alcanzar la soberanía alimentaria mediante el cooperativismo agroecológico y las propuestas de solución serían:

El más importante de todos los puntos, y que constituye un cuello de botella importante, sería la **cantidad de productores** existentes en la comunidad de Madrid. Debido a su pequeño número, se antoja imposible garantizar un suministro que provenga únicamente de la región, teniendo que producirse la gran mayoría de productos en regiones vecinas como Toledo, Cáceres y Segovia o incluso alejándose hasta territorios más lejanos como Valencia o Navarra, para poder mantener este consumo durante todo el año (Ver Anexo IV), ya que a esto habría que sumarle los condicionantes climáticos, que disminuirían en gran medida la variabilidad de los productos consumidos.

Se observa pues, la necesidad de realizar proyectos para incluir dentro de la producción agroecológica a la zona hortícola de Madrid (Aranjuez y zona sur), muy especializada y dirigida a la agroindustria. Aunque, debido al tamaño de la ciudad, no podrá ser abastecida al completo por las mismas, supone un punto de partida.

Uno de los mayores problemas de Madrid para aumentar el consumo agroecológico, tiene que ver con una dimensión básicamente **socioeconómica**, ya que con los sueldos básicos de la ciudad y el coste de otras necesidades básicas relacionadas con los espacios, como pueden ser el acceso a la vivienda, luz, agua o a un local de recogida y reunión, obliga a que para consensuar un precio justo para los productores y los consumidores, haya que realizar múltiples cálculos. Si no queremos que el consumo ecológico se convierta, como es ya, para un consumidor de un gran poder adquisitivo, habría que trabajar con todas las dimensiones: un precio justo para los productores, pero un salario justo para el consumidor que le permita realizar este tipo de consumo, además de fomentar estos locales y asociacionismos mediante exenciones y políticas públicas. Por lo tanto, debido a la diferencia de precios con las grandes superficies, los **canales cortos de comercialización** en la producción ecológica, son una de las pocas propuestas que pueden ser tomadas como “realistas” por el consumidor medio.

La creación de **redes y asociaciones** de consumidores de segundo grado, se percibe como una de las mejores opciones, tanto para no perder la independencia de los grupos y fomentar la participación horizontal dentro de los mismos, como para aumentar el volumen de los pedidos y solucionar el problema surgido entre autogestión, horizontalidad y número de participantes. La diversidad de estas redes surgidas en Madrid, nos permitirá sacar las principales aportaciones de las mismas para rescatar todos esos procesos y trabajos (ver Tabla 3).

Aunque las estructuras de organización a gran escala existentes aún no están haciendo “tope” (ver Anexo V), les queda poco (el RAC está dispuesto a admitir dos o tres grupos más, la Coordinadora tiene su ruta ya establecida y sería difícil entrar para un grupo pequeño). El **surgimiento** de intentos de crear **nuevas redes** como puede ser la red agroecológica Norte o la red agroecológica Sur, puede solucionar parte del problema, debido, en parte, a su enfoque más local, aunque aún se puede decir que siguen quedando varios grupos dispersos y sin establecer relaciones entre ellos en todo Madrid. Estas uniones, y su distribución en redes locales, pueden facilitar el crecimiento en volumen de los grupos, el poder completar en gran medida la bolsa de la compra en cualquier época del año, el surgimiento de nuevos grupos de consumo y la creación de nuevos foros de discusión, aunque no se debe olvidar el enfoque integrador y comprensivo hacia los nuevos grupos creados en zonas más alejadas.

La **organización y funcionamiento** dentro de estas futuras redes, será decidido principalmente por ellas mismas, aunque podemos contar con la fortaleza de que grupos con una mayor experiencia se vuelvan referentes para poder aprender y crear cada uno sus propios modelos. Como ejemplo podemos citar la red surgida en Lavapies y dinamizada principalmente por la “Karacola”, un grupo con varios años de experiencia, o distintas personas con muchos años de militancia dentro del consumo agroecológico.

Una de las mayores oportunidades, y donde aparecen los mayores riesgos y potencialidades, surge al buscar métodos para ampliar la **participación** de la gente en este tipo de proyectos y en mantener las propuestas de horizontalidad y trabajo de base. Una de las posibles soluciones, como la ofrecida por “La Garbancita Ecológica” y otras cooperativas de consumo, consiste en facilitar a las personas la incorporación, y posteriormente ir involucrándolas en la gestión. Se corre el riesgo de que acabe convirtiéndose en una tienda a domicilio, aunque a su vez atraen a un mayor público, con menos posibilidades de invertir su tiempo. Como dice Pilar, “El debate entre participación, autogestión y volúmenes aún sigue abierto”.

El cómo **educar y fomentar** la participación, se vuelve imprescindible, no sólo para que esto último no ocurra, si no para acabar con la alta volatilidad “dentro y de” los grupos de consumo, ya que como ellos mismos dicen “un grupo de consumo no es una tienda” y cumple varios objetivos ocultos que no son sólo la adquisición de productos. Cómo evitar la falta de participación, y de formación para el consumo o saber reconocerla y atajarla, es una de las cuestiones básicas si se quiere seguir un modelo de este tipo. Aún así, las propuestas encaminadas hacia una gestión más “profesionalizada”, pueden permitir un aumento en los volúmenes, en la cantidad de participantes y generar, como están haciendo, autoempleo en el sector.

Por lo tanto, el trabajo que se realiza de forma voluntaria en estos grupos, no debe desdeñar la asalarización de ciertos “trabajos”, que permitan que el grupo no se quede en una “militancia de tiempo libre” y fomente el autoempleo, además de que puede permitir el crecimiento de forma ilimitada de los grupos.

El enfoque de **género** y la dimensión de los cuidados deben tenerse en cuenta para no caer en los mismos errores o diferencias de poder dentro del grupo. Este enfoque debe ser transversal a toda actuación.

La **horizontalidad**, el saber hacer y trabajar no es un lenguaje adquirido. El poder crecer con los demás y trabajar no siempre es posible debido, no solamente a la poca implicación de sus miembros o la falta de democracia interna dentro de los grupos, si no que está fundamentada en el desconocimiento de una manera de trabajar más participativa y horizontal (ver Anexo V). Por lo tanto, la dimensión sociocultural y educativa, marcan la actualidad y posibilidades del movimiento, tanto para su crecimiento como para generar unas estructuras más estables en el tiempo.

Se presenta el **transporte y la distribución** como otro punto crítico de los grupos de consumo. La búsqueda de una coordinación a la hora del transporte y la dificultad de encontrar locales en condiciones a precios asequibles, se ven como necesidades prioritarias, es decir, establecer algún tipo de unión que permita atajar uno de los puntos más críticos, el de la distribución.

La distribución en redes locales, facilita en gran medida la distribución de los distintos productos, sin necesidad de grandes almacenes y disminuyendo el número de vueltas que hay que dar por una gran ciudad como Madrid. La posibilidad de tener un transportista único para todas las redes, adaptándolo a sus necesidades, implica por parte de los grupos no sólo cambiar sus días de reparto y organizarlo de tal manera que se cree un puesto “justo” de trabajo en la distribución, sino un local común o “kilómetro 0”, donde recepcionar todos los productos y a partir de ahí hacer el reparto. La clave estaría en cómo abordar para solventar tanto los conflictos ideológicos, los provocados por la “convivencia” y la falta de comunicación entre los diferentes grupos.

Respecto a la **organización** de estas redes, podría ser interesante la creación de una gran coordinadora, aunque puede volverse una herramienta difícil de manejar, tanto por el gran volumen de producto que movería, como por las distintas peculiaridades de los grupos de consumo y los conflictos que han ido surgiendo durante estos años. Por lo tanto, para crear una coordinadora de este tipo, habría que fijar bien los contenidos y objetivos de la misma.

Por un lado podría crearse una coordinadora con fines principalmente socio-políticos, pero existen aún muchos intereses cruzados que desvían las oportunidades de mantener una gran estructura de este tipo, debido a que muchas veces se reduce a un compromiso en el tiempo libre. La ISA-m se podría convertir en esa plataforma si es

capaz de aunar los intereses diversos que hay en su seno, y dar un peso importante a las bases, es decir a los consumidores y a los productores.

Por otro lado, si se busca que la coordinadora sea con unos fines prácticos, se pone en duda que se puedan manejar esa cantidad de volumen que se le supone a la comunidad de Madrid y habría que manejar el modelo “Garbancita”, liberando a varias personas, lo que en principio podría encarecer el producto y que se pierda el espíritu de participación e independencia de los grupos de consumo agroecológico.

Por tanto, para la coordinación del consumo agroecológico en Madrid, se propone el trabajo en redes lo más geográficamente cercanas posible, con un lugar de discusión y organización en el que las distintas redes pueden llegar a acuerdos.

Para localizar y analizar los lugares o zonas en los que se debería **priorizar** el esfuerzo para la creación de grupos de consumo agroecológico y redes de consumo, se

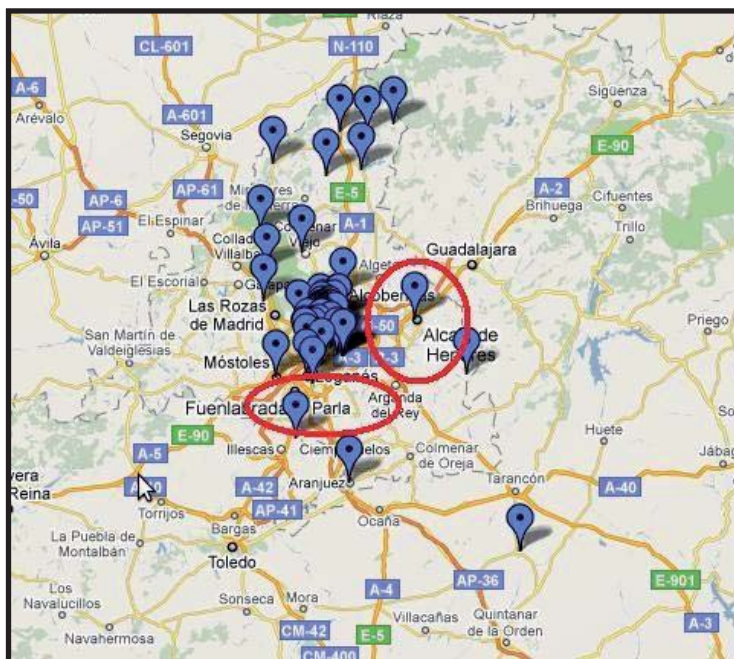


Figura 10: Mapeo de los grupos de consumo de la comunidad de Madrid y priorización de lugares para trabajar. (Fuente: ISA-m y elaboración propia)

utilizará el mapa proporcionado por la ISA-m (ver Figura 10). Según este mapeo, se ve importante la creación de estos grupos principalmente en el sur de Madrid y en el corredor del Henares, es decir, las zonas más aisladas del centro y sus movimientos sociales, ya que la zona norte está ya comenzando a unirse y trabajar en red. La realización de talleres en estas zonas podría movilizar

las inquietudes y ayudar a solventar los problemas que se basan, principalmente, en el desconocimiento de las posibilidades y de las experiencias que existen alrededor. Por tanto se propone un taller en la zona Sur para fomentar las redes, y distintos talleres informativos en la zona sureste para la creación de grupos de consumo.

Por lo debatido en las reuniones con los productores, aunque no surgió en los talleres de la ISA-m como importante, se puede considerar que otro de los puntos críticos, está relacionado con los **criterios** que tienen estos grupos para elegir sus productores, ya que en gran medida modificará las estrategias a seguir por los mismos y sus posibilidades de unión. Se puede decir que el criterio de “confianza” por parte de estas redes, no hace necesario, o por lo menos no se ve prioritaria, una certificación, ni privada (criticada por varios grupos), ni social. Esto puede ser debido al desconocimiento de las mismas, o simplemente a que ya se está generando entre estos grupos y los productores, un sistema de certificación basado en la confianza, el conocimiento y las relaciones personales que, según sus participantes, supera cualquier tipo de certificación. Aunque si nos fijamos más detalladamente, gran parte de los productos que consumen poseen la **certificación** oficial, a veces porque se convierte en un criterio “oculto”, por desconocimiento de productores que produzcan “ecológico” sin certificar, o por necesidad de los mismos, ya que no pueden vender toda su producción por la vía de los grupos de consumo.

Sin embargo, el mantenimiento de este criterio de confianza podría suponer un problema a largo plazo a la hora de crear vínculos entre nuevos grupos de consumo y nuevos productores que no hayan estado insertos hasta el momento en ningún tipo de red o movimiento social, y que éstos no tengan más remedio que recurrir a la certificación oficial como garantía, perdiéndose estos sistemas de confianza y por tanto, la gran multitud de criterios que mantienen. La creación de algún sistema de certificación, para certificar tanto la cercanía, justicia social dentro de la explotación, o el tipo de proyecto (economía social, etc.), podría facilitar en gran medida el trabajo de nuevos grupos, para seguir apostando por este modelo.

Aunque por el momento se ve como prioritario el establecimiento de lazos entre los **productores** que abastecen a los grupos de consumo y que comiencen a coordinarse soslayando el problema de la certificación. Dado que para los grupos de consumo, la certificación oficial no es un requisito indispensable, del mismo modo, no debería ser motivo de exclusión, por el momento, para una futura organización de productores.

Quizá al cabo del tiempo se podrá comenzar a crear un sistema de certificación que se considere más “cercano” por parte de los grupos de consumo y los productores, quizá algún tipo de certificación social participativa, o bien, los productores deberían

plantearse una certificación conjunta para reducir los gastos actuales. Los pasos que deben darse, aunque sean pequeños, deben ser firmes.

8. DESARROLLO PRÁCTICO

Para abordar varios de los puntos críticos observados, se procede a trabajar en los mismos, mediante prácticas horizontales. Para ello, por un lado se acompañó las reuniones de una futura red de productores que se están gestando en la comunidad de Madrid, mientras que por otro se desarrollaron distintas dinámicas para la creación de un grupo de consumo, en la zona Sur de Madrid (Getafe), y se comenzó a dinamizar la creación de una red agroecológica para los municipios del Sur de Madrid, principalmente los más cercanos a la capital y los distritos del Sur.

8. 1. Fomento de la red agroecológica Sur

Durante estos días se ha ido gestando la red agroecológica Sur a partir de dos grupos de Villaverde y dos grupos de Getafe, con una gran cercanía geográfica, enfocando el problema de la localización a la hora de la distribución, y aún siendo muy diferentes a la hora de realizar su consumo, ya que abarca cooperativas, grupos de consumo recientes, y SaS. El espacio de influencia de esta red comprenderá principalmente los municipios del Sur y la zona de Carabanchel y Villaverde, contando con unos ocho grupos de consumo.

Se plantea el trabajo de la red desde la diversidad, teniendo como objetivos la organización tanto para la realización de pedidos conjuntos, sobre todo para grupos más recientes y pequeños, como para la creación de una masa social o masa crítica desde el Sur de esta comunidad y los municipios circundantes, realizando talleres, jornadas, etc. para acercar el consumo agroecológico a la población.

Los beneficios de esta red serán principalmente la organización dentro del Sur de la comunidad de Madrid, con municipios que ya forman grandes ciudades en sí mismos, y el poder dar voz a los mismos en la “tradicional” zona centro.

La posibilidad de crear sinergias entre esta red y la futura red de productores de Madrid, aumenta la necesidad de la creación de esa organización de productores capaz de absorber y completar esta propuesta.

8. 2. Fomento de una red agroecológica de pequeños productores

La necesidad de dar formalidad a las uniones entre productores, debido a la puesta en valor de la organización para la distribución por parte de los productores en los distintos talleres realizados por la ISA-m, llevará a una serie de productores que trabajan con los grupos de consumo, a reunirse en varias ocasiones para profundizar los lazos existentes y buscar un modo de organización y un método para la distribución que les resulte más rentable tanto en tiempo como económicamente.

La aparición durante este último año del Centro Social Tabacalera, va a ofrecer la oportunidad a los mismos de llevar a cabo uno de los objetivos planteados ya en los talleres de la ISA-m: buscar un punto céntrico o kilómetro 0 para centralizar sus productos y realizar, a partir de aquí una distribución conjunta de los distintos productos por los diferentes grupos a los que distribuyen por todo Madrid.

Paralelamente, surgirá un grupo de trabajo dentro de Tabacalera como espacio autogestionado. Su nombre “Eje Metabólico”, se encarga de aunar los distintos colectivos que hay en su seno: la ISA-m, grupos de consumo, gentes del BAH, el huerto urbano de Tabacalera, organizaciones por el decrecimiento y productores.

Los productores y su proyecto van a tener allí una gran acogida dentro del Eje Metabólico, reservándoles una sala para que puedan tener sus productos almacenados. La gratuidad de este espacio es una de las cosas que más se valoran, desconociendo por parte de algunos productores las implicaciones en la estructura y organización de un centro social.

Los problemas surgidos durante el desarrollo de las reuniones, debido a la necesidad o no de tener el certificado ecológico para formar parte de la organización, así como las posibles competencias en materia de precios, se vuelven un escollo para avanzar.

Aún siendo una iniciativa minoritaria, se ve con buenos ojos por el resto de los productores, que han ido apareciendo por las distintas reuniones.

Estos conflictos y distintos trabajos que requieren un mayor esfuerzo en el campo en la última época del año, van a estancar la reunión hasta la fecha, estando

actualmente vacío el almacén dentro de Tabacalera y esperando la puesta en marcha por parte de los productores.

Debido a este conflicto, se aprovechó el desarrollo de la tesina, para extender la pregunta realizada por los productores acerca de la importancia de la certificación a las distintas redes de consumo que trabajan actualmente en Madrid, lo que, por otro lado, ha facilitado el conocimiento y contacto con estas redes, su funcionamiento actual y sus criterios fundamentales para elegir a sus productores.

Los criterios actualmente vienen impuestos principalmente por los consumidores y sus grupos, y esto debería ser tenido en cuenta por parte de los productores, aunque se muestra interesante e importante el seguir debatiendo el interés por incorporar criterios propios a una futura organización a largo plazo, que podrían sobrepasar o no la certificación oficial. Pero en el corto plazo, se ve imprescindible que se organicen para el transporte los distintos productores que están actualmente distribuyendo a los grupos de consumo en el interior de la ciudad de Madrid.

8. 3. Trabajo con la ISA-m

Por un lado, la ISA-m se convierte actualmente en uno de los pocos interlocutores capaces de movilizar y reunir a distintas posturas y posiciones del consumo y la producción agroecológica. El poder mantener esa interlocución y esa capacidad de movilización lograda a partir de la “Rehuerta”, facilitará en gran medida el surgimiento de uniones dentro del movimiento agroecológico. Por lo tanto se ve imprescindible la continuación del trabajo de la ISA-m con todos los implicados como grupo motor y dinamizador de un proceso que no sabemos a dónde nos puede llevar.

Por otro lado, otra de las ideas que está cobrando fuerza dentro de los movimientos sociales y el movimiento agroecológico de la comunidad de Madrid, es la creación de un libro blanco en el que aparezcan reflejadas todas las experiencias relacionadas con la sustentabilidad, la agroecología y la soberanía alimentaria en Madrid, uniendo los diferentes mapeos de experiencias que se han ido realizando durante los últimos años. Todo esto sin perder el carácter reivindicativo y de denuncia de esta organización.

8. 4. Propuesta de indicadores para la soberanía alimentaria para grupos de consumo agroecológico:

Con el fin de apoyar a los distintos grupos de consumo existentes y futuros para trabajar la soberanía alimentaria dentro de los mismos, se propone una guía útil y práctica para realizar evaluaciones periódicas sobre sus métodos y formas de trabajo, con la posibilidad de profundizar por parte de cada grupo, en las parcelas donde estén más interesados o necesitados, para poder ir progresando continuamente.

Se propone una guía basada en las dimensiones de la agroecología, trabajando principalmente las tres partes más características del sistema agroalimentario, es decir, la producción, la distribución y el consumo.

Se asume el sesgo de esta guía, ya que es complicado cumplir todos los aspectos que se proponen cómo indicadores por todos los grupos, pero más que un conjunto de normas, se proponen unos indicadores con el fin de generar la reflexión interna de los distintos grupos de consumo.

Para ello nos basaremos en el trabajo de G. Rivera, 2010, además de los distintos documentos relacionados con la soberanía alimentaria.

INDICADORES DE SOBERANÍA ALIMENTARIA PARA GRUPOS DE CONSUMO

Producción y elaboración: este apartado da una idea de a qué cuestiones atender a la hora de elegir entre los diferentes productores.

Dimensión socioeconómica

- Apoyo al pequeño productor que tiene la explotación de sus tierras como modo de vida:
 - Renta del productor.
 - Beneficios netos de la explotación.
 - Número de trabajadores a cargo de la explotación
- Condiciones justas para los trabajadores de la explotación
 - Salario de los trabajadores
 - Condiciones laborales
- Pertenencia a cooperativas u otras empresas de carácter social
- Da a los productos algún tipo de valor añadido: conservas, etc.
- Las estructuras de transformación están en manos de los productores o pequeños elaboradores.
- Métodos de comercialización por parte del productor
 - Utilización de los canales cortos de comercialización por parte del productor.
 - % de la producción que va a dichos canales
 - Inquietud por parte del productor de trabajar en esos canales
 - Mercados locales
 - Utilización por parte del productor de esos mercados locales
 - % de la producción que va a mercados locales

Dimensión ecológica y técnico - agroeconómica

- Kilómetros que separan la explotación del lugar de consumo
- Producción agroecológica o de comercio justo.

- Posesión de certificación de algún tipo
 - Participativa, confianza, terceros.
- Prácticas agroecológicas en finca
 - Utilización de variedades locales
 - % de la producción de variedades locales
 - Producción de su propia semilla:
 - % de semilla utilizada de la propia explotación
 - Utilización de insumos:
 - % de los insumos que proceden de la propia explotación.
 - Tipo de insumos
 - Elaboración de compost
 - Grado de diversidad de la finca.
 - Presencia de setos vivos
 - Número de especies cultivadas
 - Presencia de ganado
 - Presencia de aromáticas
 - Plan de rotaciones, asociaciones
 - Abono verde
 - Realiza prácticas biodinámicas
 - Utilización del agua: litros/ha
 - Sistemas de ahorro de agua en la finca
 - Ganadería:
 - Condiciones de bienestar animal
 - Alimentación del ganado
 - ▲ Tipo de alimentación
 - ▲ % del alimento que procede de la propia explotación o cooperativa
- Plan de residuos y compostaje
 - Destino de los residuos de la explotación

Dimensión sociocultural o política:

- Pertenencia a asociaciones de recuperación del conocimiento tradicional
- Pertenencia a pueblos autogestionados, desestructurados o neorrurales
- Implicación en cuestiones más allá de la producción: jornadas, escuelas de producción agroecológica, campañas, educación ambiental
- Pertenencia a cooperativas o empresas de carácter social

- Pertenencia a organizaciones encaminadas a la soberanía alimentaria
- Trabajo en algún tipo de iniciativa social o de inclusión.
- Participación en bancos de semillas
- Desarrollo de plantas medicinales
- Se tiene en cuenta cuestiones de género.
 - Trabajo y papel de la mujer en la explotación
 - Condiciones laborales de la mujer en la explotación
- Personas jóvenes o neorrurales para potenciar la recuperación del campo
 - Número de jóvenes trabajando en la explotación

Distribución: este apartado servirá para reflexionar sobre el modo de transporte y distribución de los productos.

- Participación en redes para la distribución y/o comercialización
 - Número de trabajadores encargados de la distribución
 - Condiciones laborales de los encargados de esa distribución
 - Existencia de algún tipo de protección social para el distribuidor
 - Cantidad de combustible utilizado para la distribución entre grupos
 - Propiedad del medio de transporte
 - Grado de participación en la cooperativa de los distribuidores
 - Si se recurre a empresas profesionales: tipo de empresas y garantías laborales
- Contacto directo con productores
 - Distancia en kilómetros entre la producción y el consumo
 - Precio añadido en % debido a la distribución
 - Número de productores individuales que les atienden en su propio vehículo
 - Número de veces que suministran los productores en productos no perecederos
- Utilización de distribuidoras para adquirir el producto
 - % de beneficios netos de la distribuidora.
 - Destino final de los beneficios.
 - Procedencia de los productos obtenidos.
 - Distancia del punto de recogida de la distribuidora.

Consumo: estos puntos pueden servir para una reflexión interna del grupo de consumo de cara a trabajar en pro de la soberanía alimentaria.

Dimensión Socioeconómica

- Precios justos tanto para el productor como para el consumidor
 - Composición de gasto familiar
 - % de ingresos familiares dedicados a la alimentación.
 - Grado de conocimiento de los precios de los consumidores
 - Acuerdo en precios durante la temporada, % de productores con los que se logra este pacto

- Grado de utilización de canales cortos
 - % de productos utilizados adquiridos a través de canales cortos de comercialización
 - % de productos adquiridos mediante distribuidoras
 - % de pequeños productores

- % de la producción que consumen a lo largo de un año de un mismo productor

- Local de recogida
 - % de gasto destinados al local de recogida
 - Otras utilidades del local
 - Capacidad de almacenamiento

Dimensión ecológica

- Se trabajan las clásicas tres R,s: Reducción, reutilización y reciclaje
 - Número de envases utilizados
 - % de reutilización de envases
 - Destino final del envase

- Desplazamientos
 - Cantidad de gasolina por consumidor necesaria para llegar al punto de recogida.
 - % de participantes que se desplazan al punto de recogida en coche individual

- Lugar de procedencia de los productos
 - % de productos intercontinentales (café, azúcar, chocolate, etc.)

- Variedad de productos que consiguen por este medio

Dimensión sociocultural

- Cultura alimentaria
 - Grado de conocimiento de recetas con variedades locales
 - Tiempo dedicado a la alimentación
 - % de los miembros del grupo de consumo que tienen información, sobre el origen, procesamiento y propiedades nutritivas de los alimentos que consumen.

- Relación con los productores
 - Grado de conocimiento de los productores
 - Nivel de democratización en las relaciones entre productores y consumidores
 - Porcentaje de productores que les abastecen con contacto directo

- Relación con las distribuidoras
 - Nivel de participación dentro de las mismas

- Trabajo interno del grupo
 - Grado de participación horizontal
 - Forma de toma de decisiones por parte del grupo de consumo: consenso, votación o dirección.
 - Reparto de los trabajos
 - Número de participantes activos en el grupo

- Participación en la construcción de soberanía alimentaria
 - Número de programas trabajados por la soberanía alimentaria
 - Apoyo a otras organizaciones agroecológicas
 - Presencia en los distintos foros del barrio
 - % de población del barrio/municipio inscrito en grupos de consumo.
 - Campañas, talleres o jornadas realizadas sobre consumo responsable o la soberanía alimentaria
 - Militancia del grupo en asociaciones o grupos de apoyo a la soberanía alimentaria

- Grado de información para realizar un consumo consciente
 - % de miembros del grupo de consumo conocedores de la soberanía alimentaria
 - % de miembros del grupo de consumo que conocen otras experiencias agroecológicas

- Pertenencia a organizaciones de segundo grado.
 - Grado de coordinación para el consumo, % de productos pedidos en conjunto
 - Organización para la realización del consumo
 - Forma de toma de decisiones

- Fomento de la participación y otras iniciativas no relacionadas con el consumo alimenticio
 - Llevan a cabo otro tipo de iniciativas relacionadas con el comercio justo (banco de tiempo; trueque, etc.)
 - Incidencia del grupo dentro de las políticas locales\ regionales
 - % de miembros del grupo de consumo que practican la multimilitancia

9. CONCLUSIONES

Para alcanzar la soberanía alimentaria en una ciudad como Madrid, el resurgimiento de diferentes emergencias se muestra fundamental en el panorama sociocultural, educativo y político.

La búsqueda de sistemas alternativos de comercialización y consumo, nos obliga al fomento de las distintas estrategias utilizadas por los movimientos sociales y su impulso. Esto incluye a los huertos urbanos, la red de semillas, los grupos de consumo y las redes agroecológicas tanto en la producción como en el consumo.

La solución que tiene más eco hoy en Madrid, es la creación de varias redes de grupos de consumo, cada con sus peculiaridades, y basadas en la regionalidad o cercanía. La aparición de una coordinación descentralizada entre todas esas redes de consumo se ve a su vez imprescindible si se quiere seguir avanzando en conjunto.

Esto podrá servir para aumentar la tasa de crecimiento de grupos de consumo, para fomentar su aparición, para facilitar a los grupos su trabajo, con la posibilidad de transmitir las distintas herramientas e información que se ha ido generando para facilitar las gestiones. Ir amplificando, forjando y formalizando el trabajo en red, mediante la creación de un haz de redes, de una gran red neuronal formada desde individuos a grupos de consumo y formando nudos con las redes trabadas desde la producción, puede permitir acercar la soberanía alimentaria, siempre y cuando no acaben perdiéndose los principios que formaron estas asociaciones, relacionados más con el contacto ecosocial es decir, criterios como el de confianza, ayuda mutua y trabajo horizontal, pero que permita a su vez su crecimiento hacia personas menos concientizadas.

De esta experiencia podemos deducir que el movimiento agroecológico en Madrid sigue vivo, y mantiene sus ambiciones de crecimiento y de persistir en su empeño de lograr la soberanía alimentaria, aunque también que, después de más de 20 años de trabajo, aún no se han dado los resultados que se esperaban. Es por ello que la necesidad de volver a dinamizar este proceso, para mostrar cambios reales, se vuelve hoy más que nunca de vital importancia. El interés por ampliar estas dinámicas fuera del

consumo de alimentos, se muestra como una de sus mayores potencialidades a largo plazo.

Si bien es cierto, los grupos de consumo no pueden ser una estrategia única para realizar el consumo en Madrid, la permanencia de los mercados de barrio y su transición hacia mercados agroecológicos, se muestra cómo una forma de supervivencia de los mismos, además de acercar este tipo de producción a personas menos concientizadas.

Aunque hoy en día y en el contexto en el que nos situamos, para el fomento de la producción agroecológica y por tanto de la soberanía alimentaria, es indispensable el crecimiento y toma de conciencia del valor que tiene estas redes, no sólo como experimentos de alternativas, si no como laboratorios que crean realidades capaces de desarrollar otros mundos posibles, más justos, más éticos y medioambientalmente sustentables.

BIBLIOGRAFÍA

- ACERO, M.A. para APRECO. *Madrid, Agricultura Ecológica y Naturaleza*. Ed. Juglara. 2006.
- ACOSTA, R. *La cultura de la dehesa*. En salvador becerra (coord). Proyecto Andalucía. Antropología tomo xi. Publicaciones comunitarias. Sevilla. 2005
- ALBERICH, T. *Perspectivas de la investigación social*, en Villasante y otros: La investigación Social Participativa. Colección Construyendo Ciudadanía/1. El Viejo Topo. Barcelona 2000
- ALIER, J. *El ecologismo de los pobres*. Conflictos ambientales y lenguajes de valores. 1. Ed. Barcelona, icaria. 2009
- ALTIERI, M Y NICHOLS, C *Agroecología teoría y práctica para una agricultura sustentable*. 1a edición. Programa de las naciones unidas para el medio ambiente red de formación ambiental para América Latina y el Caribe, 2000
- CALLE, A. *Nuevos movimientos globales. Hacia la radicalidad democrática*. Ed. Popular. Madrid, 2005.
- CALLE, A., SOLER M., VARA I. *La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales*. I Congreso Español de Sociología de la Alimentación, Gijón 28 y 29 de mayo de 2009.
- CALLE, A; SOLER, M. Y RIVERA, M, *Soberanía alimentaria y agroecología emergente: la democracia alimentaria*. 2010
- CÁRDENAS, S Y MORENO, L. *estrategia de soberanía alimentaria y gestión ambiental*. Estrategia de iniciativas económicas sostenibles. Mujeres populares en la gestión alimentaria en la ciudad urbano rural de Medellín. Corporación vamos mujer. 2006
- CARRASCO J. *Los transgénicos dañan al medio ambiente, a la salud, a los derechos humanos... y destruyen empleo*. En respuesta al artículo del Sr Agustín Mariné: "Transgénicos: tarifa plana en demagogia". 26 de mayo de 2009
- Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid. Dirección general de agricultura y desarrollo rural *Libro Blanco de la Política Agraria y el Desarrollo Rural*.

- Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid. *Atlas El medio ambiente en la Comunidad de Madrid*. Ed.: Dirección General de Promoción y Disciplina Ambiental. Madrid, Abril 2007.
- CRUZ, I; STAHEL, A; MAX-NEEF, M. *Towards a systemic development approach: building on the human-scale development paradigm*. Ecological economics, 2009
- CUÉLLAR, M. y REINTJES, C. *Los sellos y sistemas de garantía para comercio justo*. Ed. Icaria. Barcelona, 2009
- ETC Group. *¿De quién es la naturaleza? El poder corporativo y la frontera final en la mercantilización de la vida*. Nº 100. Noviembre 2008. (www.etcgroup.org)
- ETC Group. *¿Quién nos alimentará? Preguntas sobre la crisis alimentaria y climática*. Noviembre 2009. (www.etcgroup.org)
- FERNÁNDEZ DURÁN, R. *La explosión del desorden: la metrópoli como espacio de la crisis global*. Ed. Fundamentos, 1996.
- FERRARA, J. *Puertas giratorias: Monsanto y la administración*, sept-oct 1998
<http://www.scribd.com/doc/33352588/the-ecologist-censurado>
- FUENTES BOL, M. C. *Canales alternativos de la alimentación en España*. Secretaría General de Medio Rural. Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios Sub. Gral de Estructura de la Cadena Alimentaria. 2006.
- FUNTOWICZ, S.; RAVETZ, J. *La ciencia postnormal. La ciencia con la gente* ED.ICARIA, Barcelona, 2000
- GALINDO, P. et. al. *Agroecología y consumo responsable. Teoría y Práctica*. Ed. KEHACERES. 2006.
- GARCÍA TRUJILLO, R. *Estudio del mercado ecológico en la ciudad de Córdoba*. V Congreso de la SEAE, Tomo II, pág. 1365. Gijón, Asturias, septiembre de 2002.
- GARCÍA, F Y RIVERA M. *La revolución del supermercado. Producir alimentos. ¿Para quién?* VETERINARIOS SIN FRONTERAS. Barcelona. 2006
- GLIESSMAN, S. "The framework for Conversion" en Gliessman y Rosemeyer (eds.), *The conversion to sustainable agriculture: principles, processes and practices*, Boca Raton, CRC Press, 2010.
- INSTITUT CERDÀ. *Estudio de mercado Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria Monográfico Productos Ecológicos*. Informe tercer trimestre de 2007.

- LÓPEZ, D Y LÓPEZ, J. *Con la comida no se juega. Alternativas autogestionarias a la globalización capitalista desde la agroecología y el consumo*. Ed. Traficantes de Sueños. Madrid, 2003
- LÓPEZ, D. *La agricultura en Madrid: historia de una muerte planificada*. Área de Agroecología y Soberanía Alimentaria. Ed. Ecologistas en Acción. Madrid, 2009.
- LÓPEZ, D. Y BORDAL, M. *Los pies en la Tierra. Reflexiones y experiencias hacia un movimiento agroecológico*. Ed. Virus. Barcelona, 2006
- MONTAGUT, X y VIVAS, E (coord). *Supermercados no gracias. Grandes cadenas de distribución impactos y alternativas*. Ed. Icaria. Barcelona, 2007.
- OTTMANN, G. *Agroecología y sociología histórica desde Latinoamérica. Elementos para el análisis y potenciación del movimiento agroecológico: el caso de la provincia argentina de Santa Fe*. Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba (España). Córdoba, 2005.
- RIVERA FERRE, M. *Indicadores de soberanía alimentaria. Indicadores de terreno para evaluar los proyectos de las organizaciones que trabajen bajo el paradigma de la soberanía alimentaria*. Agencia catalana de cooperación y Universidad Autónoma de Barcelona. 2010
- RUBIO, I. *Agricultura y domesticación en el neolítico hispánico*. Cuadernos de prehistoria y arqueología. 1975
- RUIZ, A. *La democracia del consumidor ¡Viva la muerte!* Revista rescoldos N°21 (2º semestre 2009). Ed. Asociación Cultural Candela, 2009.
- SÁNCHEZ, R. *Aproximaciones teóricas al consumo agroecológico. Estudio de caso. Tesina fin de máster, agroecología un enfoque sustentable de la agricultura ecológica*. 2009
- SEMPERE, J. *Necesidades, desigualdades y sostenibilidad ecológica, cuadernos bakeaz, no 53*. 2002.
- SEVILLA, E. *Asentamientos rurales y agroecología en Andalucía. Agricultura y alimentación, cuadernos África América Latina, n° 35*, ed. ASPP, 1998
- SEVILLA, E. *De la Sociología Rural a la Agroecología*. Ed. Icaria. Barcelona, 2006.
- SOLER M. *El contexto socioeconómico de la agricultura ecológica: la evolución de los sistemas agroalimentarios*. Universidad de Sevilla. 2009
- TOLEDO, V. Y BARRERA-BASSOLS, N. *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Ed. Icaria. Barcelona, 2008.

VAN DER PLOEG, J. D., LONG, A. Y BANKS, J. *Rural Development: The state of the art. En Living Countrysides. Rural development processes in Europe.* Ed. Van der Ploeg et al. ELSEVIER. NL, 2002.

WINDFUHR, M; JONSÉN, J *Soberanía alimentaria hacia la democracia en sistemas alimentarios locales* FIAN-INTERNACIONAL. ED. ITDG 2005

Páginas web consultadas

“El puchero” http://bah.ourproject.org/rubrique.php3?id_rubrique=17 (Fecha de consulta: Noviembre 2010).

Alianza por la soberanía alimentaria de los pueblos: <http://alianzasoberanialimentaria.org> (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid <http://www.rivas-vaciamadrid.org> (Fecha de consulta: Octubre 2010)

Bajo el Asfalto está la Huerta <http://bahourproject.org> (Fecha de consulta: Noviembre 2010).

Blog de los grupos de consumo de Lavapies: <http://gruposdeconsumo.blogspot.com>. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Datos de agricultura ecológica en Madrid. <http://www.caem.es/estadisticas.htm>. (Fecha de consulta: Julio 2010).

Desastre Tablas de Daimiel http://diagonalperiodico.net/Tablas-de-Daimiel-agonia-de-un.html?var_recherche=%20Daimiel (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Ecocentro: <http://ecocentro.es> (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Ecoindalo: <http://ecoindaloblog.blogspot.com/> (Fecha de consulta: Octubre 2010)

Ecosecha: <http://ecosecha.blogspot.com> (Fecha de consulta: Septiembre 2010)

El matadero: <http://www.matadero.com> (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

FAO. www.fao.org (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Foro Social Mundial de 2009. <http://gruposdeconsumo.blogspot.com/2009/05/siento-comunicaros-que-no-existe-la.html>. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Grupema: <http://www.grupema.com> (Fecha de consulta: Octubre 2010)

Historia de la Comunidad de Madrid.
http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad_de_Madrid. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Huertos Urbanos de Madrid <http://lahuertitadetetuan.blogspot.com> (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

Índice de precios en origen y destino de los alimentos de Junio 2010.
<http://www.coag.es>. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

La Garbancita Ecológica <http://nodo50.org/lagarbancitaecologica> (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

La vía campesina www.viacampesina.org (Fecha de consulta: Noviembre 2010).

La voz de los sin voz. http://palabra.ezln.org.mx/comunicados/1994/1994_05_17.htm.
Discurso del Subcomandante Marcos durante la visita de Cuauhtémoc Cárdenas, 17 de mayo de 1994. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Lavado verde. <http://sinsofgreenwashing.org/>. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Mapa de densidad de población de la Comunidad de Madrid 2010.
<http://www.webmadrid.com/guia/ciudad/densidad.asp>. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Mercado de Ventas www.ventasecologicas.com

Milhistorias <http://milhistorias.es> (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

Natura sí <http://naturasi.com> (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

Noam Chomsky: <http://www.alfinal.com/Temas/chomskysupensamiento.php> (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

Red Autogestionada de Consumo:
<https://sites.google.com/site/redautogestionadaconsumo> (Fecha de consulta: Septiembre 2010)

Reglamento 834/2007 y 889/2008 aprobados por la Unión Europea de Producción Ecológica. http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/legislation_es. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Soberanía alimentaria, Breno Bringel, <http://www.2015ymas.org/spip.php?article442>

Soberanía alimentaria: www.foodsovereignty.org (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

Surco a Surco: <http://sindominio.net/wp/surcoasurco> (Fecha de consulta: Noviembre 2010)

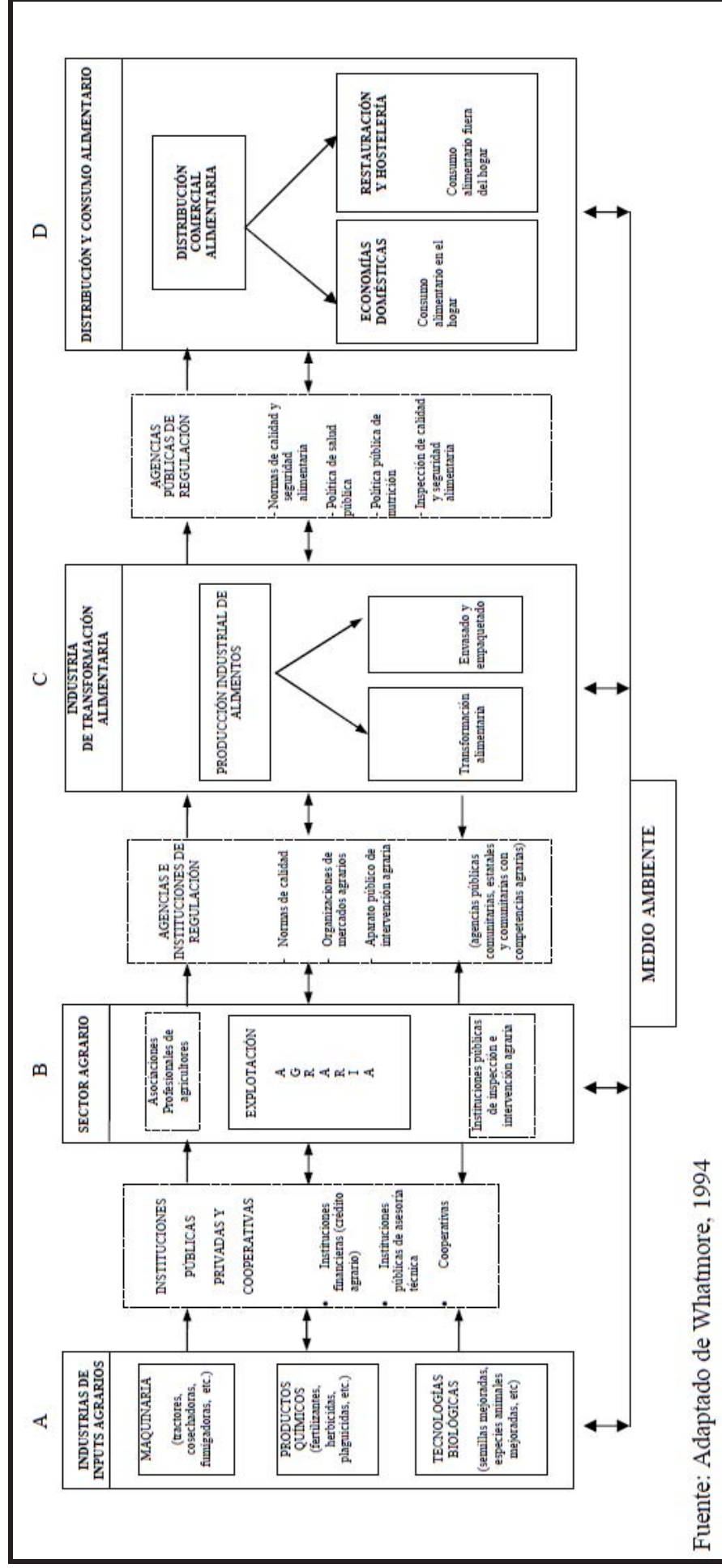
Tasa de paro de la Comunidad de Madrid en abril de 2010. <http://www.madrid.org>. (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Transgénicos. <http://www.greenpeace.org> (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

Yoeco. <http://www.yoeco.es> (Fecha de consulta: Septiembre 2010).

ANEXO I

Esquema teórico de funcionamiento del sistema agroalimentario



Fuente: Adaptado de Whatmore, 1994

Tomado de: SOLER M. *El contexto socioeconómico de la agricultura ecológica: la evolución de los sistemas agroalimentarios*. Universidad de Sevilla . 2009.

ANEXO II

Tablas de distribución del mercado del sistema agroalimentario

Empresa	Ventas de agroquímicos 2007 (mill. \$)	% mercado
1. Bayer (Alemania)	7458	19
2. Syngenta (Suiza)	7285	19
3. BASF (Alemania)	4297	11
4. Dow AgroScience (EEUU)	3779	10
5. Monsanto (EEUU)	3599	9
6. DuPont (EEUU)	2369	6
7. Makteshim Agan (Israel)	1895	5
8. Nufam (Australia)	1470	4
9. Sumitomo Chemical (Japón)	1209	3
10. Arysta LifeScience (Japón)	1035	3
Total 10 primeras	34.396	89%

Fuente: ETC, 2008

Tabla 1: Distribución del mercado de la venta de agroquímicos.

Empresa	Ventas de semillas 2007 (mill. \$)	% mercado de semillas plantadas
1. Monsanto (EEUU)	4964	23
2. DuPont (EEUU)	3300	15
3. Syngenta (Suiza)	2018	9
4. Groupe Limagrain (Francia)	1226	6
5. Land O'Lakes (EEUU)	917	4
6. KWS AG (Alemania)	702	3
7. Bayer Crop Science (Alemania)	524	2
8. Sakata (Japón)	396	<2
9. DLF-Trifolium (Dinamarca)	391	<2
10. Takii (Japón)	391	<2
Total 10 primeras	14.785	67%

Fuente: ETC, 2008

Tabla 2: Distribución del mercado de la venta de semillas.

Empresa	Venta Alimentos 2007 (mill. \$)	Total ventas 2007 (mill. \$)	% comestibles en ventas totales
1. Wal-Mart (EEUU)	180.621	391.135	46
2. Carrefour (Francia)	104.151	141.087	74
3. Tesco (R.U.)	72.970	100.200	73
4. Schwarz Group (Alemania)	58.753	70.943	83
5. Aldi (Alemania)	55.966	65.251	86
6. Kroger (EEUU)	52.082	73.053	71
7. Ahold (R.U.)	50.556	62.614	81
8. Rewe Group (Alemania)	49.651	56.324	88
9. Metro Group (Alemania)	49.483	73.538	71
10. Edeka (Alemania)	45.397	51.272	89
Total 10 primeras	719.630	10.854	

Fuente: ETC, 2008

Tabla 3: Distribución del mercado de venta de alimentos

Tomado de: ETC Group (2008): *¿De quién es la naturaleza? El poder corporativo y la frontera final en la mercantilización de la vida* (nº 100; noviembre 2008) (www.etcgroup.org)