

SISTEMAS AGROALIMENTARIOS
LOCALES DE PROXIMIDAD
CONTEXTOS RURURBANOS
EN MÉXICO Y ESPAÑA



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Dr. Enrique Graue Wiechers

Rector

Dr. Leonardo Lomelí Vanegas

Secretario General

Ing. Leopoldo Silva Gutiérrez

Secretario Administrativo

Dr. Domingo Alberto Vital Díaz

Coordinador de Humanidades



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS

Dr. Armando Sánchez Vargas

Director

Dra. Isalia Nava Bolaños

Secretaria Académica

Dra. Delia Margarita Vergara Reyes

Secretaria Técnica

Dr. Ismael Núñez Ramírez

Jefe del Departamento de Ediciones

SISTEMAS AGROALIMENTARIOS LOCALES DE PROXIMIDAD CONTEXTOS RURURBANOS EN MÉXICO Y ESPAÑA

Javier Delgadillo Macías

Javier Sanz Cañada

Coordinadores

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
COORDINACIÓN DE HUMANIDADES
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS

CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS (ESPAÑA)
CENTRO DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
INSTITUTO DE ECONOMÍA, GEOGRAFÍA Y DEMOGRAFÍA



Sistemas agroalimentarios locales de proximidad: contextos rururbanos en México y España / coordinadores Javier Delgadillo Macías, Javier Sanz Cañada. — Primera edición. — Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas, 2018. 279 páginas: mapas, gráficos; 21 cm.

Incluye bibliografías

ISBN 978-607-30-0872-3

1. Abasto de alimentos — Aspectos económicos — México — Estudios de casos. 2. Abasto de alimentos — Aspectos económicos — España — Estudios de casos. 3. Industrias agrícolas — Aspectos económicos — México — Estudios de casos. 4. Industrias agrícolas — Aspectos económicos — España — Estudios de casos. 5. Desarrollo rural — México. 6. Desarrollo rural — España. I. Delgadillo Macías, Javier, coordinador. II. Sanz Cañada, Javier, coordinador. III. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Económicas.

338.1972-scdd22

Biblioteca Nacional de México

Primera edición, noviembre de 2018.

D. R. © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Ciudad Universitaria, Coyoacán,
04510, Ciudad de México.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS

Circuito Mario de la Cueva s/n

Ciudad de la Investigación en Humanidades
04510, Ciudad de México.

Proyecto Conacyt: PDC PN_2013_215629, “Sistemas agroalimentarios locales de proximidad: contextos rururbanos en México y España”

ISBN: 978-607-30-0872-3

Cuidado de la edición y diseño de portada: Marisol Simón

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Impreso y hecho en México.

3. Nuevas prácticas colaborativas, cuestión alimentaria y desarrollo urbano: los grupos de consumo agroecológico en Vallecas, Madrid*

Juan José Michelini

Luis Abad Aragón

1. INTRODUCCIÓN

En años recientes se ha hecho cada vez más evidente el interés por un conjunto heterogéneo de prácticas económicas que proponen formas de producción, consumo, intercambio o financiación distintas a las dominantes y que se basan en el desarrollo de redes horizontales de colaboración. Estas prácticas obtienen una atención que se refleja en la búsqueda de iniciativas que permitan diversificar las economías urbanas y hacerlas más inclusivas, sin ignorar las dimensiones social y ambiental del desarrollo. Entre ellas, son numerosas las relacionadas con la producción y el consumo de alimentos, lo que incluye desde los mercados de proximidad hasta las cooperativas de distribución o los huertos comunitarios urbanos. Pero, tanto por su número como por su difusión, destacan los llamados *grupos de consumo agroecológico*, los cuales ponen en contacto a productores agrarios que aplican formas de explotación sostenibles con consumidores urbanos organizados, al margen de los canales de distribución dominados por grandes empresas.

El objetivo del capítulo es explorar las características de los grupos de consumo agroecológico en Madrid en el marco del actual contexto de movi-

* El presente trabajo es un resultado de los siguientes proyectos del Plan Nacional de I+D+i financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad de España: *Revisitando la ciudad creativa en tiempos de crisis: actores factores y estrategias* (Ref. CSO 2013-46712R) y *Efectos socioterritoriales de la crisis económica en las áreas urbanas de España: políticas públicas y estrategias de resiliencia* (Ref. CSO 2012-36170).

lización ciudadana y debatir su interés en relación con la propuesta de estrategias de resiliencia y desarrollo urbano. Las cuestiones que han guiado la investigación tienen que ver con la identificación de los actores que participan en ellas y sus motivaciones, el tipo de redes colaborativas que construyen, sus vínculos con el entorno socioinstitucional y la influencia de éste sobre el diferente significado de estas prácticas, y las principales debilidades observadas. Lo anterior tiene el fin de contrastar de forma crítica las evidencias extraídas de los casos investigados en Madrid con la literatura consultada.

La investigación se llevó a cabo mediante una aproximación metodológica cualitativa, con dos fases sucesivas y complementarias. Como punto de partida se elaboró una base de datos de las prácticas agroecológicas en la región metropolitana de Madrid. Para ello se consideraron los tres tipos con mayor presencia en el territorio: grupos de consumo, huertos urbanos y cooperativas agroecológicas. Dado que no existe un registro oficial para su identificación y localización, se recurrió a fuentes alternativas como son los numerosos sitios web creados por organizaciones, redes y grupos a partir del auge de estas iniciativas.

Con esa base de datos se identificaron las iniciativas localizadas en Villa de Vallecas y Puente de Vallecas, distritos madrileños caracterizados por su pasado obrero y tradición militante, y se realizaron entrevistas a los grupos de consumo allí localizados. Éstas se estructuraron en torno a cinco temas: a) contexto de creación y trayectoria del grupo; b) funcionamiento, organización y objetivos; c) vinculación con los productores y composición de la cesta de productos; d) relación con otras iniciativas agroecológicas, con el tejido social, asociativo e institucional del barrio y con instituciones públicas, y e) balance final y perspectivas de futuro. Con el objetivo de completar el panorama de las prácticas agroecológicas en ambos distritos, se entrevistó también a los integrantes de una cooperativa agroecológica —*La Garbancita Ecológica*— y a actores vinculados a huertos urbanos. Esas entrevistas se complementaron con la participación en eventos organizados por algunos de estos colectivos —como recorridos por huertos urbanos—, participación en talleres informativos o asistencia a mercados de economía social que permitieron observar y contextualizar la actividad de estos actores en el terreno.

El capítulo se organiza de la siguiente manera. En la primera parte se presentan algunos elementos clave relativos a la emergencia y desarrollo de estas iniciativas en el contexto europeo. En la segunda se ofrece un pa-

norama sobre el origen, volumen actual y distribución de las mismas en la región metropolitana de Madrid. Esto permite abordar, en la siguiente parte, el caso de Vallecas. Finalmente, el capítulo se cierra con un apartado de conclusiones.

2. CUESTIÓN ALIMENTARIA Y GRUPOS DE CONSUMO AGROECOLÓGICO EN EUROPA

A lo largo de las dos últimas décadas el debate sobre la cuestión alimentaria —entendida como un conjunto de problemáticas asociadas a fases de producción distribución-consumo y articuladas mediante redes que vinculan actores con diversas cuotas de poder— ha generado un creciente interés. Cabe destacar, en particular, que en la literatura especializada reciente se ha prestado atención a las nuevas prácticas de consumo que caracterizan la demanda de alimentos en las grandes ciudades; situación que amplía el alcance de un debate originalmente planteado desde una perspectiva productivista y casi exclusivamente centrado en la oferta. En consecuencia, si inicialmente la cuestión alimentaria fue concebida como un problema propio de los espacios rurales, ahora la dimensión urbana adquiere una creciente relevancia, vinculada tanto a problemáticas específicas de esos espacios —cambios en los hábitos de consumo por motivos culturales o económicos, o su impacto en la salud de la población— como a la creciente movilización de una diversidad de actores en torno a prácticas agroecológicas.

En el contexto europeo, estas prácticas comenzaron a adquirir notoriedad a partir de las primeras manifestaciones del movimiento antiglobalización y en las movilizaciones anti-Maastricht. Coinciden, también, con las críticas de la denominada *Vía campesina* a la globalización de la agroindustria y la “revolución verde” impulsada por las grandes organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), a una mayor apertura promovida por la Organización Mundial de Comercio (OMC) y a la Política Agraria Común (PAC).

Ese clima de movilización hizo cada vez más evidente el impacto negativo del actual modelo agroalimentario y sus consecuencias sociales, económicas y ambientales a escala planetaria, además de su incidencia negativa en la salud (obesidad, diabetes o cáncer). Esta movilización también impulsó el debate sobre un modelo de producción de alimentos que, a la concentración de la propiedad de la tierra y la expulsión o abandono de la misma por parte

del campesinado, suma la pérdida de conocimientos tradicionales y una mayor dependencia alimenticia dentro de un proceso general de desposesión (Landáriz, 2013:2). En ese marco, a partir de la segunda mitad de la década de 1990 cobró notoriedad la noción de “soberanía alimentaria”, entendida como “el derecho de los pueblos a alimentos sanos y culturalmente adecuados, producidos mediante métodos sostenibles, así como su derecho a definir sus propios sistemas agrícolas y alimentarios” (Vía Campesina, 2011).¹

La confluencia de respuestas a estas problemáticas y la convergencia de intereses de diversos actores provenientes de ámbitos urbanos y rurales —desde sindicatos campesinos y organizaciones ecologistas hasta grupos de consumo o entidades de comercio justo— favorecieron la construcción de alianzas cuyo denominador común era la búsqueda de alternativas al modelo vigente de producción, distribución y consumo agrícola.

Los grupos de consumo agroecológico constituyen el actor más representativo de ese auge de la cuestión alimentaria como problema social, político y económico relevante en las ciudades contemporáneas y, en particular, en las grandes áreas metropolitanas. De acuerdo con Vivas (2010:54) se definen como:

[...] colectivos que agrupan gente de un mismo territorio (barrio, ciudad) con objeto de llevar a cabo un consumo alternativo, ecológico, solidario con el mundo rural, relocalizando la alimentación y estableciendo unas relaciones directas entre el consumidor y el productor a partir de unos circuitos cortos de comercialización.

Así, un primer aspecto a destacar en relación con estas experiencias es que, dadas sus particulares características, pueden favorecer trayectorias sostenibles de desarrollo tanto en ámbitos urbanos (consumo responsable, cohesión social, participación) como rurales (producción agroecológica, acceso a mercados alternativos, recuperación de paisajes y patrimonio cultural). Más aún, en ciertos casos como los *Gruppi d'Acquisto Solidale* (GAS) italianos, se ha puesto de manifiesto su capacidad para tejer redes transnacionales norte-sur en torno a productos específicos como el textil, involucrando a consumidores y productores locales con agricultores de países en desarrollo (Vilnitsky, 2015).

—— 1. <http://viacampesina.org/es/index.php/organizaciainmenu-44>

Como se ha apuntado más arriba, en años recientes los grupos de consumo agroecológico se han hecho cada vez más visibles en un importante número de países europeos (tabla 1).

En cada caso es posible observar trayectorias diferentes, reflejadas tanto en la mayor o menor difusión del fenómeno como en su nivel de institucionalización. Ello pone de relieve la importancia del contexto socioeconómico, las características del tejido asociativo o el nivel de compromiso institucional en la sostenibilidad de las mismas. Más concretamente, la literatura coincide en señalar tres tipos de factores clave en el surgimiento, sostenibilidad y potencial transformador de estas iniciativas. En primer lugar, su grado de participación en redes de gobernanza público-privadas relativamente amplias y densas; en segundo lugar, sus características organizativas y el tipo de redes establecidas; y, finalmente, las motivaciones subyacentes a su formación, asociadas a las características de los actores que las promueven.

a) Contexto institucional

Diversos autores han señalado el interés que las iniciativas ciudadanas en torno a la cuestión alimentaria urbana comienzan a despertar en las instituciones a diversas escalas. Esto ha dado lugar a lo que Parot (2012) denomina *modelos de gobernanza alimentaria territorial*. Sin embargo, en cada uno de los países en donde estas experiencias han surgido puede observarse un diferente grado de compromiso por parte de los actores públicos. Son aquellos en los que se han comenzado a tender puentes entre Estado y sociedad civil donde estas iniciativas se ven más establecidas y ofrecen horizontes más claros para la difusión del modelo.

En el mundo anglosajón, por ejemplo, el crecimiento sostenido de los grupos de consumo —*Consumer Supported Agriculture*— y su afianzamiento, se ha sustentado en la progresiva construcción de amplias estructuras institucionales. Según Morgan (2015) en países como el Reino Unido o los Estados Unidos son fundamentalmente los gobiernos locales quienes comienzan a posicionarse como actores relevantes desde el punto de vista de la puesta en marcha de estructuras institucionales orientadas a la formulación de políticas alimentarias urbanas.

En el caso de los *Food Policy Council* británicos, estos comparten con las iniciativas de la sociedad civil el interés político por resolver los problemas socioecológicos asociados a los circuitos convencionales de producción y distribución de alimentos. Entre algunos de estos problemas destacan

Tabla 1
Iniciativas de consumo agroecológico en Europa

<i>País</i>	<i>Año</i>	<i>Número de iniciativas</i>	<i>Características básicas</i>
Alemania	n/d	35	Solidarische Landwirtschaft. Sus orígenes se remiten a las cooperativas de productores surgidas luego del desastre de Chernobyl que dio lugar a un temprano movimiento por los alimentos orgánicos. A partir de su rápido crecimiento, desde 2011 cuenta con una red nacional que las agrupa. Además de los grupos de consumo del tipo <i>Consumer Supported Agriculture</i> (CSA) en Alemania, cuentan con algo más de 1 000 grupos de consumo con diferentes tipos de organización.
Austria	2011	9	En su mayoría han sido creadas en torno a granjas ya existentes (tres de ellas han dado lugar a nuevas explotaciones agrarias). La interacción con otros actores (ATTAC Austria, Vía Campesina, etcétera) ha dado lugar a nuevas alianzas para sostener y promover el modelo.
Bélgica	2007	209	Estas experiencias se han desarrollado sobre todo en el entorno metropolitano regional de Bruselas en torno a tres modalidades: los Grupos de Compra Colectiva y los <i>Groupes d'Achat Solidaire de l'Agriculture Paysanne</i> (GASAP).
España	90s	200	En España, el panorama de iniciativas y organizaciones vinculadas al consumo agroecológico y la defensa del mundo rural es tan importante como diversa y fragmentada. Las iniciativas presentan una fuerte concentración en Barcelona y Madrid, pero están presentes también en otras comunidades autónomas, especialmente en Andalucía, Galicia y el País Vasco.
Francia	2001	1 600	Conocidos como AMAP (<i>Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne</i>), los grupos de consumo franceses constituyen la experiencia más desarrollada y de referencia en Europa. Desde 2010 se han agrupado en MIRAMAP (Movimiento Interregional de las AMAP) para fortalecer los vínculos y la cooperación entre grupos.
Grecia	2012	4	El caso griego es particular porque la crisis económica ha forzado a un número creciente de personas a buscar vías alternativas a los canales habituales de comercialización. Un ejemplo es el <i>potato movement</i> que busca la relación directa entre consumidor y productor. Aunque de manera incipiente, estas iniciativas comienzan a formalizarse siguiendo el modelo de otros países.

<i>País</i>	<i>Año</i>	<i>Número de iniciativas</i>	<i>Características básicas</i>
Hungría	n/d	14	<i>Asociación de Consumidores Concientes.</i> En Hungría el concepto fue introducido en 1998; sin embargo, fue hasta 2010 cuando las primeras CSA comenzaron a tomar forma siguiendo el modelo de las AMAP francesas. La mayor parte de los grupos de consumo se localizan en Budapest y su entorno, con una media de 38 cestas por grupo.
Italia	n/d	1 700	<i>Gruppi d'Acquisto Solidale.</i> Se trata de grupos de consumidores creados con el fin de realizar la compra directa de alimentos y otro tipo de bienes. Se trata de experiencias abiertas a diversas formas de organización; aunque, por lo general, ésta pivota en el consumidor. Los GAS tienen un tamaño medio de unas 25 familias; es decir, involucran a unas 200 000 personas. Lo que da cuenta de la relevancia del fenómeno en la actualidad.
Reino Unido	Década de 1980	170	El movimiento de las <i>Consumer Supported Agriculture</i> ha sido liderado por la Soil Association, principal institución de certificación orgánica. A partir de 2013, se ha dado un paso más en la institucionalización de esta experiencia mediante la creación de la CSA Network con el objetivo de promover el modelo en el Reino Unido.
República Checa	2013	19	Los grupos de consumo están experimentando un importante crecimiento. Aunque conviven diversos modelos, en su mayoría se asimilan a los <i>farmer driven</i> organizados por el productor.
Rumania	2011	12	<i>Asociación para el apoyo a la agricultura (ASAT).</i> Nació en 2008 con el lanzamiento de la primera asociación entre grupos de consumo y pequeños productores. Hasta 2011 permaneció en un estado embrionario, pero a partir de ese momento ha experimentado un importante crecimiento alcanzando 12 iniciativas (productores) y 242 consumidores.
Suiza	2003	40	Suiza francesa. Los denominados <i>Jardins de Cocagne</i> se organizan de acuerdo al modelo de Agricultura Contractual de Proximidad. En Suiza, las primeras iniciativas tuvieron lugar en la década de 1960. A partir de 2003, experimentaron un importante crecimiento y llegaron a 5 500 contratos (familias). Las iniciativas están organizadas en la <i>Fédération Romande de l'Agriculture Contractuelle de Proximité</i> . Aunque en menor escala, la zona germano-parlante cuenta también con una red que incluye un total de 10 iniciativas agroecológicas (<i>Verband Regionale Vertragslandwirtschaft</i>).

Fuente: Elaboración propia.

las barreras a la planificación de la agricultura urbana, las enfermedades asociadas a la alimentación, la huella ecológica, la pobreza alimentaria, la conservación de la naturaleza, los vínculos ciudad-campo o el poder de los supermercados (Morgan, 2012:1388).

En el caso estadounidense, los *Food Policy Council* tienen una extensa trayectoria que se remonta a la década de 1980 y han experimentado también un importante crecimiento; además, en la actualidad superan los 190 tanto en escala nacional como regional y estatal. Se trata de amplias estructuras de gobernanza multinivel cuasipúblicas orientadas a proveer información y asesoramiento a la ciudadanía y al gobierno en relación con políticas y programas de sostenimiento de los sistemas alimentarios comunitarios —locales y regionales— (APA, 2011). En los países del sur de Europa, por el contrario, la institucionalidad vinculada a la cuestión alimentaria en contextos urbanos ha seguido, por lo general, una trayectoria diferente —abajo-arriba— con un menor grado de implicación de las instituciones públicas hasta el momento y la emergencia de una institucionalidad construida “desde abajo” que varía notablemente en cada país y tiene en las AMAP francesas el ejemplo más exitoso.

Desde el punto de vista institucional, en el caso francés y el español son los gobiernos locales los que muestran un mayor interés y dan los primeros pasos. Cabe señalar, sin embargo, que por lo general se trata de acciones orientadas a promover la agricultura periurbana de las grandes aglomeraciones, mientras que la perspectiva del consumo parece haber recibido menos atención. En Francia, la red *Terres en Villes*, integrada por 28 aglomeraciones urbanas tiene por objetivo el asesoramiento a municipios integrados en las mismas para favorecer la construcción de circuitos cortos de proximidad. En el caso español, aunque en una escala mucho más reducida, diversos municipios integrados en la *Red Terrae* están trabajando en la creación de Bancos de Tierras municipales con el objetivo de favorecer el crecimiento de la agricultura agroecológica en el marco de proyectos de desarrollo local.

b) Características organizativas y estructura de las redes

Desde el punto de vista de las redes en las que se insertan y, más precisamente, de la relación entre consumidor y productor, los grupos de consumo agroecológico suelen encuadrarse en dos grandes modelos. Están, por un lado, aquellos en que la organización se apoya en los propios consumido-

res. En consecuencia, son estos los que establecen relación con uno o más productores en función de sus objetivos. Así, la relación con estos es, por lo general, más débil e inestable, con una hegemonía del consumidor que alcanza su máximo grado cuando la compra periódica es de *cestas abiertas*,² de composición y tamaño variable según sus necesidades.

Por otro lado, están aquellas redes en las que productores y consumidores se organizan en torno a *cestas cerradas*, cambiantes según los productos disponibles en cada momento y con un pago igual durante todo el año. En ellas, los vínculos entre consumidor y productor se intensifican, de modo que favorecen tanto una mayor sostenibilidad como una distribución más equitativa de costes y beneficios entre consumidor y productor. En el caso estadounidense, estas redes se identifican con la *Subscription* o *farmer driven Community Supported Agriculture* (Adam, 2006). Al igual que en el caso de las AMAP francesas, éstas redes conllevan un compromiso estable de solidaridad y responsabilidad compartida, pues los agricultores destinan de forma prioritaria sus productos al grupo y los consumidores garantizan de forma anticipada su compra regular todo el año, e incluso pueden colaborar en algunas tareas.

En el caso español, esta última tipología tiene su expresión más significativa en la experiencia Bajo el Asfalto está la Huerta (BAH), una red de redes en la que cada nodo se compone de un grupo de trabajo y varios grupos de consumo. Ambos se comprometen a mantener la producción y el consumo durante un año para poder hacer planificaciones reales y comparten la propiedad de los medios de producción y de la producción misma. La gestión de la cooperativa que se dirige en una asamblea mensual donde deben acudir representantes de los grupos.

Más allá de la estructura de las redes establecidas, otros aspectos organizativos pueden condicionar el funcionamiento de los grupos de consumo. Desde ese punto de vista, algunas redes resultan demasiado pequeñas como para asegurar su pervivencia a medio plazo, lo que se acentúa por la limitación de recursos económicos y el carácter informal de la actividad. Mientras tanto, en el plano inmaterial, suele añadirse la escasa profesionalización en la gestión, la posibilidad de conductas internas no cooperativas o la limitada difusión de sus actividades, lo que frena su posible efecto trans-

____ 2. La cesta es la unidad básica de distribución en un grupo de consumo. Por lo general cada cesta se corresponde con una unidad familiar, aunque existe también la práctica de la cesta compartida.

formador. Todo ello afirma la importancia de contar con soportes institucionales con capacidad para favorecer el surgimiento de estas iniciativas, de modo que se asegure su sostenibilidad y su capacidad de reproducción, además de promover la orientación de su actividad hacia objetivos que favorezcan la resiliencia urbana.

c) Actores y motivaciones en la creación de grupos de consumo

Finalmente, y tal como se ha apuntado antes, los grupos de consumo pueden surgir en contextos económicos, políticos y sociales diversos, y ser promovidos por actores muy diferentes. Así, un aspecto clave en el análisis de los grupos de consumo tiene que ver con las motivaciones asociadas a su constitución y funcionamiento, puesto que ello condiciona su trayectoria y su potencial transformador tanto desde el punto de vista económico como social.

Diversos autores coinciden en señalar dos factores principales subyacentes a la conformación de un grupo de consumo: la búsqueda del “comer bien” y la asunción de esta experiencia como una práctica asociada a un cierto compromiso social y político. En realidad, ambas motivaciones están siempre presentes puesto que los grupos pueden surgir de una inquietud política por parte de aquellos colectivos más militantes, lo que después se extiende a un espectro mayor de necesidades y actitudes personales (Landáriz, 2013). Sin embargo, el balance entre comer bien y activismo militante es importante porque, como señala Vivas (2010:59), si se considera a los grupos de consumo como un instrumento de transformación social, la perspectiva de la acción política colectiva es fundamental.

Desde esa perspectiva, pueden identificarse dos tipos de grupos de consumo: están, por un lado, aquellos creados por individuos interesados por una alimentación saludable pero cuya trayectoria activista es escasa o nula. Estos grupos de consumo guardan relación con lo que Haenfler *et al.* (2012) definen como *lifestyle movements*; es decir, colectivos orientados por modas o modelos culturales, movidos por acciones individuales y relacionados mediante vínculos más difusos. Por el contrario, otros grupos son promovidos por movimientos sociales y se configuran como espacios de militancia incrustados a veces en proyectos político-ideológicos de mayor alcance (Vivas, 2010).

Aunque en ambos casos las redes de confianza y solidaridad son el mecanismo fundamental de relación con el productor, los grupos del segundo tipo tienden a construir vínculos más estables, dotados de un mayor

compromiso y basados en relaciones más equitativas con aquél. Esa mayor implicación favorece, además, la construcción de vínculos internos más sólidos y una mayor estabilidad al propio grupo de consumo. Finalmente, un último aspecto a destacar es la voluntad explícita de los grupos militantes por transformar los determinantes estructurales de la producción, distribución y consumo agroecológico, donde destaca su papel como actores claves en la puesta en marcha de modelos alternativos de desarrollo urbano.

3. PRÁCTICAS AGROECOLÓGICAS ALTERNATIVAS EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE MADRID

Madrid no es ajena al contexto descrito, toda vez que allí las prácticas agroecológicas han adquirido una creciente notoriedad en años recientes. En ese contexto, los grupos de consumo destacan por su volumen y difusión territorial. Tienen, además, una historia relativamente extensa que se remonta a la última década del siglo pasado, directamente vinculada en sus inicios a los movimientos antiglobalización y anti-Maastrich.

La defensa de la soberanía alimentaria como requisito para confrontar la inseguridad y la dependencia alimentaria, la recuperación de una agricultura campesina sostenible, la ruptura con los circuitos globales de comercialización o el reequilibrio de las relaciones campo-ciudad constituyeron algunos de los principales argumentos subyacentes a la aparición de los primeros grupos de consumo en Madrid (Galindo, 2006). Atendiendo a esos principios, en 1997 surgieron los *Grupos Autogestionados de Consumo* (GAK). Fueron ocho grupos surgidos en los ámbitos urbanos más militantes —entre ellos Lavapiés y Vallecas— y abastecidos por un productor agroecológico de la provincia de Burgos, en el norte del país. Esta experiencia de economía solidaria apostó por unas relaciones basadas en el diálogo y la atención a las necesidades de todas las partes —producción, distribución y consumo—, aunque siempre con el grupo de consumo como protagonista de la relación con los productores agrarios (Galindo, 2010; Rector, 2012).

A comienzos de 2000, se fundó el movimiento *Bajo el Asfalto está la Huerta* (BAH), el cual dio lugar a la formación de diez grupos de consumo en diversos barrios de Madrid (Vivas, 2010). La iniciativa tuvo su momento fundacional con la ocupación de una parcela en el municipio de Perales de Tajuña, en el sureste metropolitano, lo que propició el surgimiento de la primera cooperativa (BAH Perales). A ésta le siguieron otras dos en núcleos

metropolitanos periféricos (BAH San Martín y BAH Galápagos) y una tercera en la ciudad de Madrid (Surco a Surco).

Ambos modelos son una importante referencia para los nuevos grupos de consumo en Madrid, especialmente en el ámbito de los movimientos sociales. Sin embargo, la multiplicación de estas iniciativas durante el último lustro ha provocado una paralela diversificación de sus características (Landariz, 2013). Así, junto a la recuperación del discurso agroecológico por colectivos involucrados en la contestación antisistema, hay que considerar la difusión de este tipo de prácticas entre ciudadanos menos comprometidos políticamente, aunque interesados por una alimentación saludable y respetuosa con el medio ambiente.

Más allá de los grupos de consumo, el espectro de prácticas agroecológicas alternativas se ha ampliado en Madrid para incluir otros cada vez más habituales como son las cooperativas de consumo agroecológico o los huertos comunitarios urbanos. Aunque no existe una estadística oficial que permita cuantificar con precisión su número e identificar su localización, la exploración de diversas fuentes ya mencionadas ha permitido dibujar con aproximación el mapa actual de estas prácticas.

En relación con su distribución en la región metropolitana de Madrid³ (tabla 2 y figura 1), el primer aspecto que destaca es su concentración en el centro de la región. De las 185 prácticas identificadas, un total de 121 (65.4%) se encuentran en la ciudad de Madrid. La intensidad de este fenómeno se diluye y dispersa con la distancia, de forma que en el área metropolitana hay registradas 40 iniciativas (21.6%), y sólo 24 en el área periurbana externa (13.0%).

Los grupos de consumo son, sin duda, la práctica más numerosa, y mantienen la centralidad como rasgo distintivo. De los 117 grupos presentes en la región, 75 están ubicados en la ciudad central (64.1%). También aquí su densidad disminuye al alejarnos de la capital; de tal forma que en el área metropolitana se localizan 28 grupos (23.9%) y en el área periurbana se reducen a 14 (11.9%). Incluso los huertos comunitarios, que son un fenómeno más reciente —si se considera que la Red de Huertos Comunitarios de Madrid sólo contabilizaba seis en 2010—, también se concentran en la ciudad central: 41 de los 60 existentes en la región (68.3%).

En el interior de la ciudad de Madrid (tabla 3) se vuelve a observar la tendencia a la concentración espacial. De las 121 prácticas allí localizadas, hasta

____ 3. Se corresponde administrativamente con la Comunidad Autónoma de Madrid, que en la división regional vigente en la Unión Europea es una de sus NUTS-2.

Tabla 2
Prácticas agroecológicas en la región metropolitana de Madrid

<i>Ámbito territorial</i>	<i>Cooperativas de consumo</i>	<i>Grupos de consumo</i>	<i>Huertos comunitarios</i>	<i>Total</i>
Ciudad de Madrid	5	75	41	121
Área metropolitana	0	28	12	40
Área periurbana	3	14	7	24
Comunidad de Madrid	8	117	60	185

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1
Prácticas agroecológicas en la región metropolitana de Madrid



Fuente: Elaboración propia.

57 (47.1%) se encuentran en los distritos centrales⁴ y, de ellas, 33 en la ciudad preindustrial (distrito de Centro), donde se ubica el barrio de Lavapiés. Los grupos de consumo son también aquí los más numerosos y los que presentan mayor concentración y centralidad. De los 75 identificados en la ciudad, son 43 (57.3%) los localizados en los distritos centrales y, de ellos, 28 en el núcleo histórico, a gran distancia de Carabanchel que le sigue con sólo seis grupos de consumo, en la periferia suroeste de la ciudad. Las cooperativas son, en

4. Esos distritos corresponden a los siete distritos de la ciudad interiores a la autopista orbital M-30: Centro, Arganzuela, Retiro, Salamanca, Chamartín, Tetuán y Chamberí.

Tabla 3
Prácticas agroecológicas en la ciudad de Madrid

<i>Áreas</i>	<i>Cooperativas de consumo</i>	<i>Grupos de consumo</i>	<i>Huertos comunitarios</i>	<i>Total</i>
Distritos centrales	3	43	11	57
Distritos periféricos	2	32	30	64
Ciudad de Madrid	5	75	41	121

Fuente: Elaboración propia.

cambio, poco numerosas (5) y se encuentran dispersas por la ciudad, sin una pauta de distribución definida.

En el caso de los huertos comunitarios, en cambio, son los distritos periféricos los que concentran el mayor volumen con un total de 30 huertos (73.1%), frente a los 11 localizados en los distritos centrales. Esto es un claro reflejo de la mayor disponibilidad de suelo vacante, desde solares en desuso, áreas sin edificar o espacios adyacentes a instalaciones deportivas. La existencia de una red municipal de huertos urbanos que se dispersa por la ciudad, así como las alianzas que en muchos barrios se han establecido entre asociaciones vecinales, movimientos ciudadanos y centros educativos públicos ha contribuido a su diseminación.

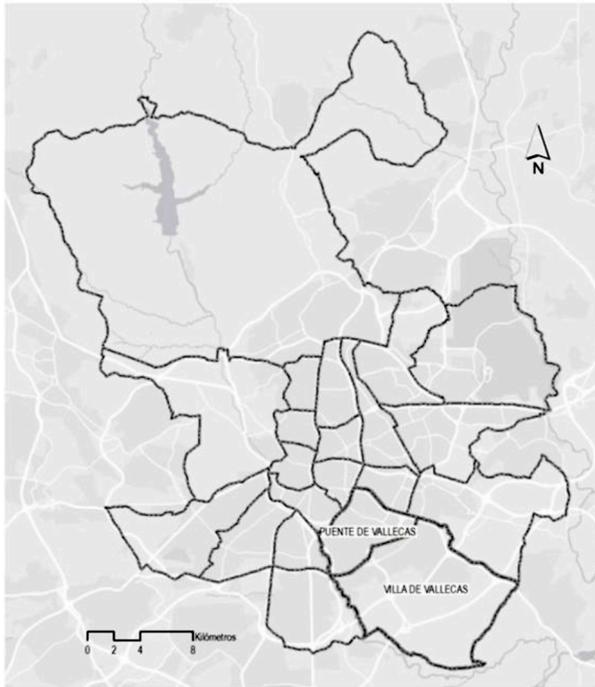
4. LAS PRÁCTICAS AGROECOLÓGICAS ALTERNATIVAS EN VALLECAS

El “barrio” de Vallecas no corresponde a una unidad administrativa. Sin embargo, se ha popularizado esa denominación en referencia a una porción de la ciudad integrada por los distritos de Villa de Vallecas y Puente de Vallecas (figura 2). El primero fue un núcleo rural a las puertas de la capital hasta 1950, mientras que el segundo se ha comportado como un suburbio obrero de la ciudad central desde comienzos del siglo XX (Fernández Montes, 2007). La industrialización de Madrid transformó ambos enclaves al convertirlos en ámbitos de localización industrial y de población inmigrante que, procedente de otros puntos del país, se asentó allí de manera masiva y en condiciones de infravivienda e insalubridad.

En torno a esa realidad se forjó un importante movimiento vecinal que constituye el embrión de la unidad barrial existente en el imaginario colectivo. El movimiento vecinal surgido en el tardo-franquismo tuvo su punto álgido en los primeros años de democracia y decayó a finales de la década de 1980. Este movimiento fue sustituido por numerosos movimientos con-

Figura 2

Localización de los distritos de Puente y Villa de Vallecas



Fuente: Elaboración propia.

traculturales, especialmente importantes en Puente de Vallecas, que han fortalecido la idea de una identidad vallecana común hasta el presente (Lorenzi, 2007).

Sin embargo, durante la década de 1990, la realidad sociodemográfica de Vallecas dio un nuevo giro. En las zonas de más antigua ocupación se produjo la sustitución de una parte de la población originaria por habitantes extranjeros, de bajos recursos, baja cualificación y poco estable. Más recientemente, con el inicio de la actual crisis, esta población fue progresivamente sustituida por población joven expulsada del centro de la ciudad por el precio de la vivienda.

Además, en los márgenes sur y este de Villa de Vallecas se llevó a cabo un importante desarrollo urbanístico bajo los criterios del urbanismo mercantilista propio de la década del boom inmobiliario. Ello produjo un espacio

residencial —el “PAU Ensanche de Vallecas”⁵— compuesto por promociones de viviendas de manzanas cerradas, articulado por grandes avenidas pensadas para el vehículo privado y casi sin lugares de interacción vecinal a excepción de un gran centro comercial. Este desarrollo urbanístico fue ocupado mayoritariamente por adultos jóvenes de clase media y de cualificación alta y media-alta procedentes, sobre todo, de otros puntos de la ciudad. Ese contexto hace que las iniciativas agroecológicas sean relativamente nuevas en ambos distritos. Aunque destacan dos tipos de experiencias: los grupos de consumo y una cooperativa —*La Garbancita Ecológica*—, a los que nos referiremos más adelante.

Los huertos comunitarios juegan un papel testimonial por su carácter embrionario, pues se trata de experiencias muy recientes y con escasa capacidad de movilización y visibilidad social hasta el momento. Los casos de Puente de Vallecas y Villa de Vallecas han surgido en el seno de escuelas o asociaciones de vecinos y no han logrado la movilización ciudadana ni la visibilidad que caracteriza a algunos de los huertos de Lavapiés, donde los movimientos sociales han jugado un papel más importante.

No obstante, los huertos urbanos juegan un papel importante desde el punto de vista de la construcción de vínculos sociales en el barrio, algo que adquiere mayor relevancia cuando se consideran las características del entorno antes comentadas. En palabras de un entrevistado:

Lo planteamos como un lugar de encuentro vecinal debido a que en este barrio, por su morfología y por cómo está distribuido y el urbanismo que tiene, no hay plazas públicas, no hay parques, porque el parque que tenemos proyectado está cerrado. No hay sitios para compartir el espacio público. Luego también por fomentar otro tipo de consumo de alimentos, más saludable y respetuoso con el medio ambiente (entrevista grupo de consumo VK 7).

4.1 Los grupos de consumo en Vallecas: entre la militancia y los nuevos estilos de vida

Entre las razones que contribuyen a explicar el perfil de los grupos de consumo en Vallecas se encuentra su breve trayectoria. En efecto, su existencia

—— 5. PAU: Programa de Actuación Urbanística.

no conecta, como en Lavapiés, con las experiencias de la segunda mitad de la década de 1990. Antes bien, son herederos del clima de movilización social impulsado por el 15M y no se remontan más allá de 2011 (tabla 4). Sin embargo, la evidencia recogida muestra la influencia más o menos directa de grupos referentes localizados en el centro de la ciudad, ya que en su mayoría cuentan con miembros que han pertenecido a otros allí localizados y que, al trasladarse al barrio, crearon o se integraron en alguno de grupos locales.

El perfil de los participantes es el de una persona joven, con estudios superiores, con trabajo y algún tipo de militancia previa, tanto en otros grupos de consumo como en iniciativas sociales o reivindicativas. En cuanto a sus dimensiones, oscilan entre un mínimo de 10 y un máximo de 20 cestas —entre 25 y 50 personas aproximadamente—, tamaño considerado suficiente para poder gestionar con eficacia los pedidos realizados y las relaciones con los proveedores. Su funcionamiento se basa en la solidaridad interna entre sus miembros, quienes rotan periódicamente las tareas asociadas a la gestión y distribución de los pedidos realizados por el grupo en su conjunto. Asimismo, por lo general, disponen de una asamblea concebida como espacio de debate interno.

En el caso de Vallecas, se han identificado dos tipos de grupos. Están, por un lado, aquellos de carácter militante, vinculados a movimientos y organizaciones sociales y, por otro, aquellos en los cuales el activismo político adquiere un papel secundario frente al énfasis en una alimentación saludable. Estos últimos son predominantes y, aunque reconocen orígenes diversos —asociaciones de vecinos, instituciones barriales, asociaciones escolares de padres o comercios agroecológicos—, presentan similitudes tanto en su visión de la práctica del consumo agroecológico como de sus objetivos y actividades.

Además, ambos siguen una pauta de distribución espacial bastante definida que destaca el papel del territorio en las características del grupo. Así, mientras los primeros se localizan en Puente de Vallecas, donde permanece vigente algo de la identidad contestaría vallecana, los segundos vienen asociados a los nuevos habitantes jóvenes de clases medias que se instalaron en un periodo relativamente reciente en los nuevos desarrollos inmobiliarios de los márgenes de Villa de Vallecas (tabla 4). Lo anterior condiciona la perspectiva con que se plantea la actividad de cada grupo, sus objetivos y dinámicas de funcionamiento. De acuerdo con las entrevistas, los motivos para la creación de los del primer tipo tienen que ver con la soberanía

Tabla 4
Grupos de consumo en Vallecas

<i>Distrito</i>	<i>Nombre del grupo de consumo</i>	<i>Año</i>	<i>Origen</i>
Puente de Vallecas	G.C. Verdurakas	2011	Surgió dentro de la asamblea ciudadana del 15M en Puente de Vallecas como experiencia para mostrar a los vecinos la existencia de alternativas al consumo convencional de alimentos y para fortalecer las redes vecinales.
	G.C. La Villana	2013	Creado en el Centro Social Autogestionado (CSA) como una de las diversas actividades de solidaridad ciudadana y socioculturales que se desarrollan en el mismo.
Villa de Vallecas	G.C. PAU Vallecas	2011	El primer grupo que se creó en Villa de Vallecas fue el de la Asociación de Vecinos del PAU. Surgió de una charla informativa impartida por un integrante del grupo de consumo Karakoleka de Lavapiés. A partir de este grupo surgieron los otros dos que reproducen su organización y comparten algunos de sus proveedores.
	G.C. Unidad Vecinal de Absorción (U.V.A)	2012	Nació a partir de la lista de espera generada por el grupo de consumo del PAU. Ante la imposibilidad de compartir el local de la asociación vecinal, alquilaron otro en el barrio de la UVA de donde tomaron el nombre.
	G.C. Santa Eugenia	2014	Es el último grupo de Villa de Vallecas hasta el momento. Fue creado en la Asociación de Vecinos La Colmena del barrio de Santa Eugenia. Surgió a través de contactos con la asociación de vecinos del PAU. Al tomar conocimiento de los otros dos grupos decidieron crear una experiencia similar.

Fuente: Elaboración propia.

alimentaria y la “cuestión política del modo en que se está gestionando la distribución alimentaria en este país” (entrevista grupo de consumo VK3). Esto se refleja también en el compromiso con el productor, materializado en la adopción del modelo de cesta cerrada:

Nosotros tenemos una cesta cerrada: lo que tenga el productor. Aunque sea un esfuerzo, porque en realidad es mejor saber lo que consumes y comprarlo; es decir, pues yo voy a necesitar tres pimientos, dos

lechugas y cuatro tomates, y no una cesta que a lo mejor tiene un colinabo, un brócoli, un tomate, tres patatas y berros. Pues sí, es mejor, porque a veces miras la cesta y piensas “Pero, ¿cómo te vas a comer esto?”. Lo que haces es fomentar que el cultivo sea un poco más rico, es decir, que las tierras no se cultiven siempre con las mismas cosas, que eso es importante, que el productor pueda ver de qué dispone (entrevista grupo de consumo VK1).

Por el contrario, en los grupos del segundo tipo el énfasis se pone en la salud y la calidad de los alimentos consumidos. Uno de los entrevistados señalaba: “el objetivo del grupo finalmente es comer sano, el consumo, y después cada uno individualmente sí que tiene su por qué elige comer así” (entrevista grupo de consumo VK5). Al contrario que en el tipo anterior, en estos grupos predomina el modelo de cesta abierta en el que los productos se seleccionan teniendo en cuenta las necesidades y gustos de consumidor. Recurren, por lo general, a más de un proveedor:

Lo de la cesta cerrada no caló aquí nada. Eso de que te mando haya lo que haya y si te toca un nabo o un apio-nabo o cosas de estas raras, pues no. Yo quiero elegir. Que hay apio, que hay nabos y que hay cosas de estas, pues puede haber alguien que lo pida, pero que no me obliguen; o sea, el poder elegir dentro de lo que haya (entrevista VK 7).

En este último caso, la fragilidad del compromiso con el productor es también un tema clave. En palabras del integrante de un grupo de consumo del segundo tipo:

[...] entre la segunda quincena de julio, que está todo lleno de pimientos, berenjenas, tomates [...], claro, de los 20 a lo mejor estamos 10. Es un problema. Cuanta mayor producción tienen ellos, nosotros decrecemos por las vacaciones. ¿Cómo se soluciona eso? Pues la parte más débil sale debilitada porque nosotros nos vamos de vacaciones, le avisamos al productor y [...] A ver, a mí no se me ocurre quedarme en agosto en Madrid porque no tenga excedente el productor. No nos vamos engañar, claro. Sí que es un poco problemático, pero bueno, ellos lo que intentan hacer es conservas (entrevista grupo de consumo VK 7).

Además, también en estos casos se cuida menos el hecho de asegurar una demanda de productos sostenida durante todo el año, en particular cuando la mayor producción de la huerta coincide con el periodo de vacaciones de verano. Esto detiene, en consecuencia, la actividad del grupo.

Finalmente, entre los grupos del segundo tipo, la búsqueda de construcción de vínculos sociales en un entorno que no les favorece constituye un factor subyacente a la formación de grupos de consumo. En otras palabras, la morfología del barrio actúa como barrera para la acción colectiva y los grupos de consumo constituyen un ámbito de superación de las mismas para diverso tipo de actores. Así lo expresaba una de las entrevistadas:

Todo este paisanaje estamos y participamos. Está un poco la gente que quiere tener una vida más sana y tal, y muchos papás que se plantean “a ver, ¿yo cómo quiero alimentar a mis hijos?”. Hay un poco de todo. Luego hay otro [grupo] que no son tan militantes, pero bueno, si están aquí es por algo. Luego también está la relación social, porque al final vienes aquí y haces amistades, vínculos y tal. Eso también existe.

4.2 La Garbancita Ecológica: un modelo de cooperativa de consumo responsable

La Garbancita Ecológica es un caso especial entre las prácticas alternativas de consumo agroecológico en Vallecas porque es la única cooperativa de este tipo en el barrio y por ser una de las más importantes en el contexto metropolitano. Fue creada por antiguos activistas del movimiento agroecológico de Madrid en 2007. Se localiza en Puente de Vallecas, en el local del *Centro Social La Lavandería*, utilizado por uno de los primeros grupos de consumo integrantes de la red de GAK, antes mencionada.

Diversos motivos proveen a la cooperativa de un fuerte anclaje territorial. De acuerdo con un representante de la cooperativa:

Vallecas era nuestro territorio porque lo habíamos trabajado. Yo soy de Vallecas junto con algunos otros, aunque también hay personas de otros lugares. Y sobre todo también era una cuestión de cercanía con las actividades sociales que llevábamos trabajando hace tiempo y de cercanía con Mercamadrid (entrevista VK 2).

La Garbancita destaca por su carácter militante en defensa de la producción y el consumo agroecológico y los principios de la soberanía alimentaria. En ese contexto, su actividad responde a un doble objetivo: la distribución de productos agroecológicos y la sensibilización ciudadana respecto de la cuestión alimentaria.

El primero de esos pilares pretende asegurar a consumidores y agricultores vinculados a la cooperativa una estructura estable y profesionalizada de distribución y comercialización durante todo el año. Se busca hacer viable la oferta agroecológica más allá de los canales de distribución convencionales, lo que en opinión de sus responsables no sería posible con la mera existencia de una multitud de grupos de consumo funcionando voluntaria y desarticuladamente. En otras palabras, la cooperativa ha buscado la difusión del modelo mediante un incremento de la escala de trabajo a través de la ampliación de su catálogo de productos y la articulación de un número creciente de productores agroecológicos y consumidores (individuos, grupos de consumo o instituciones) interesados por la práctica de un consumo responsable.

Con el segundo objetivo, se busca difundir la práctica de una nueva cultura alimentaria para generar una demanda creciente de consumidores agroecológicos informados y conscientes. Para ello han puesto en marcha diferentes instrumentos, tales como la revista *Tachai*, diversos programas y talleres sobre alimentación saludable para alumnos, padres y personal de centros escolares, actividades de colaboración con la Universidad Autónoma de Madrid para la formación práctica de sus alumnos y participación en programas de Radio Vallecas y en fiestas populares del barrio.

Para llevar a cabo estos objetivos, cuenta con una estructura relativamente importante, articulada en torno a una Junta Rectora formada por 21 de los 33 socios fundadores. En torno a ese núcleo se despliegan diversos espacios de participación —grupo de contabilidad, de redes sociales, ecofeminista, de Alimentación Responsable en la Escuela (GARE), de relaciones campo-ciudad— que dan cuenta de la diversidad de intereses de la cooperativa. En ellos colaboran unas 100 personas, entre consumidores y productores que son invitados a participar activamente en las asambleas de acuerdo con su grado de implicación. Finalmente, la cooperativa cuenta con siete personas asalariadas, cinco a jornada completa y dos en prácticas.

El valor principal de esta experiencia es que ha intentado superar —y en cierto sentido lo ha logrado— los cuellos de botella que aparecieron

hace diez años con las primeras experiencias de los GAK madrileños, tanto en relación con la distribución y la comercialización como con la divulgación de una nueva cultura alimentaria (Galindo, 2010). De hecho, siete años después de haber sido creada la cooperativa, comenzaron a aparecer en la ciudad proyectos inspirados en el modelo de La Garbancita, aunque apoyados en plataformas digitales.

4.3 La fragmentación del contexto socioinstitucional agroecológico

En ese contexto, el escenario de las prácticas alternativas agroecológicas en Vallecas se caracteriza por su fragmentación. En otras palabras, las características y dinámicas de los actores no han contribuido a configurar un panorama socioinstitucional que facilite la sostenibilidad y reproducción del modelo en el entorno próximo. En el caso de los grupos de consumo, los vínculos entre sus miembros suelen ser puntuales e informales. Si bien la información es bastante fluida y el apoyo es mutuo en sus momentos iniciales —cuando los grupos de reciente creación acuden a los de mayor experiencia para recabar conocimientos, herramientas organizativas o proveedores— todos tienden posteriormente a funcionar de manera autónoma.

Es interesante notar que, en un entorno de proximidad y conocimiento mutuo, todos los grupos admitieron una tendencia a cerrarse en sí mismos. Ni siquiera aquellos localizados en Villa de Vallecas, a pesar de su origen común y de compartir proveedores⁶, han tenido capacidad para construir una red estable de cooperación que les pudiera permitir, entre otras cosas, una gestión integrada de los pedidos. De igual modo, en el caso de aquellos grupos de consumo que comparten un interés militante tampoco se observaron articulaciones concretas y sostenidas más allá de la participación circunstancial en eventos específicos —tal es el caso de las asambleas del 15M. Cada uno de ellos circunscribe su actividad específicamente a la de las organizaciones sociales a las que se vinculan —*Centro Social La Villana, Centro Social la Brecha o 15M*.

Esa dinámica de los grupos permite comprender la escasa vinculación entre los grupos de consumo favorables a un modelo basado en la relación

____ 6. Las entrevistas ponen de manifiesto relaciones de apoyo mutuo entre algunos grupos —el del PAU de Vallecas y el de la UVA— orientadas a salvar situaciones relacionadas con el funcionamiento cotidiano, como la recogida de productos.

directa y autogestionada entre consumidor y productor, y un actor politizado como La Garbancita Ecológica, exponente de quienes apuestan por generar estructuras sólidas de distribución metropolitana de la producción agroecológica. De acuerdo con las entrevistas realizadas, la mirada de aquellos destaca dos aspectos, autogestión y vínculo consumidor-productor, por un lado, y cuestión política, por otro, como aspectos clave de ese desencuentro. Desde el punto de vista de los grupos de consumo, el de La Garbancita:

[...] es un modelo diferente, porque nosotros tenemos una relación directa con el productor, con quien lo está haciendo, manufacturando o recogiendo o lo que sea, mientras que en La Garbancita Ecológica recogen todo de los proveedores y lo suministran. Al final son un intermediario. En mi caso, por ejemplo, yo prefería formar parte de un grupo de consumo en el que yo pudiera directamente comprar el tomate al señor que lo planta, que decirle a La GE “dame un kilo de tomates”. La GE está ahí llevándose parte del trabajo de esa persona (entrevista grupo de consumo VK6).

Sin embargo, desde el punto de vista de la cooperativa:

[...] cuando alguien dice que esta estructura no tiene contacto directo, tú dices: “¿pero qué contacto directo?”. En nuestra revista, en el Facebook, estamos contando todos los días cuáles son los problemas de los agricultores y cuando hay un problema de control de calidad o cuando hay un problema de una helada o que se le ha fastidiado toda la cosecha de melocotón, y se ponen a hacer conserva, y nosotros les compramos la conserva que hacen aunque tenga un precio mucho más alto que la del mercado ecológico, y le conseguimos sacar esa producción y eso les permite meterse en un proyecto. Ese es el caso de nuestros suministradores de frutas, que ya han metido una línea de zumos para poder compensar estas cosas. Lo han podido hacer porque han tenido a alguien como la GE que les ha ayudado. Eso es relación directa (entrevista VK 2).

Mientras tanto, en relación con la cuestión política, otro entrevistado señalaba:

[La Garbancita] es un referente para mucha gente para sacar información, pero no nos los hemos planteado como productores para comprar [...]. Hay gente que puede decir que es gente súper combativa y hay gente que dice “es que son muy cañeros en el tema feminista”, “son muy pesadas con todo lo que dicen y tal”. Hay algunos que sí que dicen eso. Y otros que dicen “son como demasiado políticos”. Hay gente, y yo lo he oído, que te vende mucho la moto de que son de izquierdas y rollos de estos y entonces hay gente que pasa de estos temas (entrevista grupo de consumoVK 7).

Pero desde el lado de La Garbancita, este último aspecto dificulta también ese diálogo en la medida en que el compromiso con los postulados de la cooperativa constituye un requisito básico si se pretende una mayor integración a su estructura. En otras palabras, hay una cierta diferenciación entre clientes y “militantes”, siendo estos últimos —tanto desde la producción como desde el consumo— quienes son invitados a participar activamente de las redes promovidas por la cooperativa.

Pero más llamativa resulta la escasa vinculación de la cooperativa con aquellos grupos de consumo dotados de un mayor compromiso de transformación social. Por un lado, aparece aquí la cuestión de la autogestión como un elemento disruptivo, pero los desencuentros asociados a estructuras organizativas y, sobre todo, la desconfianza mutua parecen haber sido más relevantes.

Desde el punto de vista de la cooperativa:

Con el 15M tenemos ahí una relación contradictoria desde sus orígenes. Nosotros nos metimos en el 15M de Puente de Vallecas porque estábamos allí y porque podíamos aportar cosas. Entramos en un momento de verano en el que estaban de vacaciones muchas de las personas que lo habían iniciado y propusimos hacer alguna actividad de alimentación. Pero nosotros no íbamos con el estilo del 15M de que vamos individuos que no pertenecemos a ningún lado; nosotros no ocultamos que pertenecemos a La GE, es más, nos parece que no debemos hacerlo. Sería como ocultar intereses. Pero eso no ha sido bien digerido (entrevista VK 2).

Mientras tanto, el representante del grupo de consumo del 15M observa este desencuentro desde una perspectiva muy diferente:

Con La Garbancita, los primeros acercamientos que hubo fueron a través de la Comisión de Medio Ambiente y fueron siempre muy mercantilistas. No venían a colaborar, venían un poco a darse publicidad y eso no nos gustó porque yo puedo entender que tú tienes un negocio, pero a lo mejor la asamblea del 15M no era el sitio para vendernos sus productos. Tienes otros sitios. A lo mejor sí somos el perfil, pero éste no es el sitio al que tienes que venir porque no gusta (entrevista grupo de consumo VK1).

Finalmente, el entorno socioeconómico de Vallecas tampoco facilita la consolidación y expansión de las prácticas agroecológicas. Por un lado, el impacto del desempleo, la importante presencia de grupos sociales de baja cualificación e ingresos, el peso de la inmigración y de grupos étnicos en riesgo de exclusión y el envejecimiento de la población obstaculizan la creación de nuevos grupos de consumo como consecuencia del elevado coste de los productos agroecológicos. Por otra parte, en el caso de los grupos de consumo formados por integrantes de las clases medias llegadas a los desarrollos inmobiliarios periféricos, el escaso compromiso militante no ha favorecido la construcción de redes y escalamiento de estas prácticas.

5. CONCLUSIONES

El objetivo de este capítulo ha sido analizar las características y significado de los grupos de consumo agroecológico en Madrid y su potencial para contribuir a propuestas alternativas de resiliencia urbana, tomando como referencia el caso de Vallecas.

Estos grupos constituyen la cara más visible de un fenómeno más amplio —las prácticas agroecológicas alternativas— que cobró gran fuerza en años recientes tanto en el contexto metropolitano de Madrid como en el conjunto de España. Representan, además, la continuidad de un movimiento de contestación frente a la irracionalidad de una urbanización neoliberal depredadora del territorio iniciado hace más de dos décadas; movimiento que aboga por la defensa de la agricultura campesina mediante la recuperación de circuitos cortos de proximidad.

Desde esa perspectiva, hemos planteado que su interés es un factor de impulso para la construcción de modelos alternativos de desarrollo metropolitano. Sin embargo, la evidencia recogida en esta investigación pone

de manifiesto que es preciso considerar las condiciones socioterritoriales específicas en que surgen y se desarrollan esas experiencias, así como el marco institucional en que se insertan, si se pretende favorecer su difusión en el territorio y, sobre todo, potenciar su carácter socialmente transformador. El caso vallecano corrobora que en la actualidad los grupos de consumo agroecológico no responden ya a un único modelo. Sus prácticas se inscriben en el marco de la progresiva complejización de una sociedad en la que diversos colectivos —como las denominadas *clases creativas* o los nuevos movimientos sociales *antisistema*— han hecho emerger la cuestión alimentaria con perspectivas muy diferentes, desde aquellas en que destaca la impronta cultural de los nuevos tiempos, hasta otras en las que la alimentación adquiere un carácter político.

En cuanto a su inserción urbana, el caso de Madrid muestra que se trata de un fenómeno espacialmente concentrado en la capital y, de forma especial, en ciertos ámbitos centrales de la ciudad como Lavapiés. Aquí, la densidad de un trazado urbano propio de los centros históricos, junto al abigarramiento de actividades contraculturales y contestatarias, favorece la creación de una atmósfera que a la proximidad física une la social y cultural. Ese contexto favorece la circulación de informaciones, así como la puesta en marcha y la difusión de innovaciones tanto económicas como sociales que refuerzan códigos y discursos compartidos.

Como contrapunto, en ámbitos urbanos periféricos como Vallecas también es posible hablar de un *efecto lugar* que, sin embargo, actúa de manera diferente. Aquí la práctica del urbanismo neoliberal de la última década dejó como legado una morfología urbana socialmente disruptiva. Se trata de espacios con una identidad difusa, coherente con la debilidad del tejido social y la fragilidad de la vida comunitaria, que contribuyó a diluir progresivamente la identidad contestataria asociada a su pasado obrero. En el caso de la Villa de Vallecas, el nuevo entorno urbanístico construido en las dos últimas décadas favoreció la llegada de una nueva población de jóvenes de clases medias profesionalizadas, cuyos valores e intereses son más próximos a los de las *clases creativas* que a aquellos que sustentan el accionar de los movimientos sociales.

Lo anterior se refleja en las características y funcionamiento de los grupos de consumo allí localizados. La característica que predomina es la motivación individual, asociada a la búsqueda de una alimentación saludable o del consumo responsable que evita las grandes cadenas comercializadoras.

Aquí los grupos de consumo se relacionan más con la confluencia de intereses o modos de vida que con lógicas de acción colectiva movilizadas por una conciencia dirigida a la acción transformadora. No resultan, por tanto, del ambiente de movilización social del barrio, sino que constituyen una práctica trasplantada por los nuevos vecinos y utilizada frecuentemente para la construcción de vínculos sociales en el nuevo entorno. Eso permite comprender también el carácter fragmentario de las iniciativas. El caso más notorio en ese sentido es la total desconexión de La Garbancita Ecológica, una de las cooperativas agroecológicas más activas en el contexto de Madrid, con los grupos de consumo de Vallecas, ajenos a sus planteamientos reivindicativos.

Del mismo modo, el bajo nivel de politización, interés e implicación se traduce en unos lazos débiles y difusos y, por tanto, una escasa fidelidad con el productor. Aunque las relaciones consumidor-productor se basan en la confianza mutua, esa actitud en cierto modo pasiva contribuye a empobrecer tanto esos vínculos como el proyecto o la articulación con otros colectivos.

En consecuencia, el caso de Vallecas revela que tanto la vitalidad como el potencial socialmente transformador de los grupos de consumo —desde la construcción de un sentido de comunidad en el barrio a la integración en redes socioinstitucionales locales, o la construcción de vínculos fuertes y estables entre consumidores urbanos y productores periurbanos— se relacionan, tanto con las características del territorio en el que surgen, como con el tipo de actores que los impulsan. Sin embargo, si se plantea su potencial para contribuir a la construcción de alternativas de resiliencia urbana más allá de la escala de barrio, es preciso considerar su integración en las políticas urbanas, lo que remite al papel de los gobiernos locales y las redes de gobernanza en escala metropolitana.

En ese sentido, las prácticas agroecológicas y, en particular, los grupos de consumo han confrontado la falta de apoyo institucional por parte del gobierno local (Ayuntamiento de Madrid). Se trata de un aspecto clave que se refleja en la falta de organismos específicos, a la manera de los *Food Policy Councils* británicos y estadounidenses, con capacidad para abordar la cuestión alimentaria de manera integral. Sólo tras la llegada, en junio de 2015, del nuevo gobierno progresista surgido del seno de los movimientos ciudadanos comenzaron a verse tímidos intentos de articulación entre éstos y el gobierno local, pero aún están por concretarse.

De acuerdo con nuestros resultados, pueden proponerse algunas reflexiones finales para lograr una mejor integración de la cuestión agro-

ecológica en una estrategia de resiliencia urbana inclusiva; Quedan sintetizadas en tres principales. En primer lugar, el apoyo gubernamental debería permitir a los grupos de consumo y cooperativas agroecológicas superar las principales debilidades que amenazan su supervivencia, relacionadas tanto con el reforzamiento de capacidades organizativas y de gestión como con una mejor logística de los productos agroecológicos. En segundo lugar, desde el punto de vista de la difusión de este tipo de prácticas, es preciso considerar su replicabilidad en barrios caracterizados por una mayor vulnerabilidad. En los dos casos estudiados, la creación de grupos de consumo sigue siendo una actividad propia de clases medias y colectivos que, de un modo u otro, han logrado sortear los efectos más nocivos de la crisis. En tercer lugar, es fundamental promover la construcción de redes socioinstitucionales que, además de construir y fortalecer vínculos entre grupos de consumo, pongan en común diversas actividades agroecológicas más allá de los huertos urbanos y cooperativas, como mercados de productores o bancos de semillas, como instrumentos para crear verdaderas *comunidades de práctica* en el territorio.

En resumen, tal como sugiere la investigación realizada, los grupos de consumo constituyen una demanda efectiva en torno a un nicho de mercado específico como son los productos agroecológicos. Sin embargo, la incorporación de la cuestión alimentaria a las estrategias de resiliencia urbana requiere la promoción de verdaderos *local food systems*, capaces de favorecer el escalamiento de esas iniciativas mediante el desarrollo de proyectos basados en intereses compartidos entre los diferentes actores implicados.

BIBLIOGRAFÍA

- Adam, K.L. (2006). Community Supported Agriculture. *National Sustainable Agriculture Information Service (ATTRA)*, IP289, 1-16. Recuperado el día del mes del año, de https://attra.ncat.org/publication.html#local_food
- Fernández Montes, M. (2007). Vallecas, identidades compartidas, identidades enfrentadas: La ciudad, el pueblo y el campo, el suburbio y el barrio. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 15(1), 33-83.
- Galindo, P. (2010). GAKs y La Garbancita Ecológica. Trece años de consumo responsable agroecológico. Recuperado el 12 de octubre de 2015, de http://www.ecoportal.net/Temas-Especiales/Desarrollo-Sustentable/gaks_y_la_garbancita_ecologica_trece_anos_de_consumo_responsable_agroecologico

- Galindo, P. (coord.) (2006). *Agroecología y consumo responsable. Teoría y práctica*. Madrid, Quehaceres.
- Haenfler, R., Johnson, B. & Jones, E. (2012). Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements. *Social Movement Studies*, 11, 1-20.
- Landariz, A. (2013). Una reflexión sobre los grupos de consumo. *Ekintza Zuzena*. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de <http://www.nodo50.org/ekintza/spip.php?article606>
- Lorenzi, Elisabeth (2007). “La fiesta y los movimientos sociales en la promoción de una identidad de barrio. La batalla Naval de Vallekas”. *Revista de dialectología y tradiciones populares*. CSIC. Instituto de la Lengua Española.
- Morgan, K. (2015). Nourishing the city: the rise of the urban food question in the Global North. *Urban Studies*, 52(8), 1379-1394.
- Vilnitsky M. (2015). Hay que repensar la economía. Entrevista a Jason Nardi. *Alternativas Económicas*. Barcelona.
- Vivas, E. (2010). Consumo agroecológico. Una opción política. *Viento Sur*, 108, 54-63.

Entrevistas citadas

- Entrevista VK_1: Integrante de un grupo de consumo en Puente de Vallecas.
- Entrevista VK_2: Integrante de La Garbancita Ecológica.
- Entrevista VK_3: Integrante de un grupo de consumo en Puente de Vallecas.
- Entrevista VK_4: Integrante de un grupo de consumo en Villa de Vallecas.
- Entrevista VK_5: Integrante de un grupo de consumo en Villa de Vallecas.
- Entrevista VK_6: Integrante de un grupo de consumo en Villa de Vallecas.
- Entrevista VK_7: Integrante de un grupo de consumo en Villa de Vallecas.

