

**Iniciativas alimentarias sostenibles como espacios
comunitarios: convergencias y divergencias**

MORO-GUTIÉRREZ, Lourdes <<http://orcid.org/0000-0003-2009-0413>> and
LAMARQUE, Muriel <<http://orcid.org/0000-0002-4149-2334>>

Available from Sheffield Hallam University Research Archive (SHURA) at:

<https://shura.shu.ac.uk/37254/>

This document is the Published Version [VoR]

Citation:

MORO-GUTIÉRREZ, Lourdes and LAMARQUE, Muriel (2021). Iniciativas alimentarias sostenibles como espacios comunitarios: convergencias y divergencias. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 31: 58. [Article]

Copyright and re-use policy

See <http://shura.shu.ac.uk/information.html>

Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 31, Número 58. Julio – Diciembre 2021

Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169



Iniciativas alimentarias sostenibles
como espacios comunitarios: convergencias y divergencias

Sustainable food initiatives
as community spaces: Convergences and divergences

DOI: <https://doi.org/10.24836/es.v31i58.1132e211132>

Lourdes Moro-Gutiérrez*

<https://orcid.org/0000-0003-2009-0413>

Muriel Lamarque*

<https://orcid.org/0000-0002-4149-2334>

Fecha de recepción: 21 de junio de 2021.

Fecha de envío a evaluación: 12 de agosto de 2021.

Fecha de aceptación: 23 de agosto de 2021.

*Universidad de Salamanca, España.

Autora para correspondencia:

Lourdes Moro-Gutiérrez.

Avenida de la Merced, 109-131.

Departamento de Psicología Social y Antropología

Facultad de Psicología.

Salamanca, España.

Tel. 923-294500 ext. 3321

Dirección: moro@usal.es

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.

Hermosillo, Sonora, México.



Resumen / Abstract

Objetivo: Estudiar la dimensión comunitaria y la formación de identidades grupales a partir de las iniciativas alimentarias sostenibles (grupos de consumo agroecológico, cooperativas de productores/consumidores); así como reflexionar sobre su capacidad de transformación del entorno social. **Metodología:** Se realizó trabajo de campo con veintiún grupos, redes y asociaciones localizadas en cinco ciudades españolas, siguiendo un enfoque cualitativo multitécnico. **Resultados:** A partir del análisis discursivo de los participantes se pudieron conocer los principales elementos que actúan en la conformación de estos grupos; y los componentes de orden social que aglutinan o dividen el entramado vincular allí existente. **Limitaciones:** El estudio se limita a aquellos individuos que cumplen roles activos en las asociaciones (socios fundadores, miembros de la organización general), por su mayor interés en participar y dar a conocer sus acciones. **Conclusiones:** Aparte de los beneficios a nivel salud derivados del consumo alimentario agroecológico, estos grupos promueven la consolidación de una identidad colectiva explícita, en torno a valores socioculturales y políticos alternativos. Esta nueva estructuración comunitaria se vincula con la expresión de una filosofía de vida distinta de la lógica capitalista actual, orientándose hacia el bien común, la acción transformadora y el consumo responsable.

Objective: To study the community dimension and the formation of group identities from sustainable food initiatives (agro ecological consumption groups, producer / consumer cooperatives); as well as reflect on their capacity to transform the social environment. **Methodology:** Fieldwork was carried out with twenty-one groups, networks and associations located in five Spanish cities, following a multi-technical qualitative approach. **Results:** From the discursive analysis of the participants, it was possible to know the main elements that act in the conformation of these groups; and the components of social order that agglutinate or divide the existing social networks. **Limitations:** The study is limited to those individuals who play active roles in the associations (founding partners, members of the general organization), due to their greater interest in participating and making their actions known. **Conclusions:** Apart from the health benefits derived from agro ecological food consumption, these groups promote the consolidation of an explicit collective identity, around alternative socio-cultural and political values. This new community structuring is linked to the expression of a life philosophy different from the current capitalist logic, orienting itself towards the common good, transforming action and responsible consumption.

Palabras clave: alimentación contemporánea; prácticas alimentarias sostenibles; comunidad; transformación social; metodología multitécnica.

Key words: contemporary food; sustainable food practices; community; social transformation; multi-technical methodology.

Introducción

Sin duda resulta palpable el descontento manifestado por determinadas esferas de la sociedad, ampliamente disconformes con la dinámica cotidiana, principios y valores -económicos, políticos y socioculturales- imperantes en las sociedades occidentales actuales. Tales sectores cuestionan los diversos aspectos del capitalismo que conducen a un estilo de vida en el que priman el individualismo y el interés personal sobre la colaboración, la confianza, la solidaridad y el trabajo colectivo. Por este motivo, las personas más inquietas y críticas tienden a asociarse en movimientos, redes y experiencias comunitarias, a través de las cuales desarrollan un sentimiento de identidad colectiva construido en torno a una forma de vida diferente, fundamentada en la participación ciudadana (para abrir nuevos espacios socioeconómicos), la ayuda mutua (o cooperación para consolidar tales espacios no competitivos) y la justicia social (o aspiración a un modelo social inclusivo y equitativo).

El activismo político y la crítica hacia el modelo económico dominante son dos de las características principales que marcan el origen y constitución de estas iniciativas, que se plasman empíricamente en una amplia diversidad de prácticas concretas. En España, encontramos movimientos como el del 15M, que parten de aspectos políticos; los Centros Sociales Autogestionados, orientados hacia criterios sociales, o los grupos de consumo (GC), interesados en superar el modelo capitalista de producción, distribución y consumo de alimentos dominado por grandes empresas agroindustriales y comerciales. A pesar de las diferencias en su génesis, estos grupos comparten la ilusión por colaborar y avanzar hacia un mundo más justo y que atienda de manera especial al cuidado de la naturaleza. Entienden la acción colectiva como vía para desarrollar de un modelo social diferenciado, haciendo expresa su voluntad de “vivir de otra manera”, conforme a principios y valores “alternativos” (Mauleón y Rivera, 2009; Díaz, 2014; Psarikidou, 2015; Espelt, et al., 2018; Espinosa, 2019). En este sentido, Gravante (2020: 23) afirma que “... los participantes de estas experiencias redefinen su forma de ver el mundo... Las prácticas que podemos encontrar en estas experiencias alcanzan a anticipar o representar un “mundo alternativo” en el presente”. Lo que se plantea en este caso como “alternativo” nace de la distinción o alejamiento de los principios políticos, económicos, morales y sociales hegemónicos en las sociedades capitalistas contemporáneas.

Una parte de estas experiencias se agrupa en las llamadas prácticas económicas alternativas (PEA),¹ espacios sociopolíticos donde prevalecen la cercanía y la comunidad, la solidaridad frente al interés individual o el beneficio material, y que se caracterizan por una forma organizativa predominantemente no lucrativa y sin formalización jurídica (Pascual, Gil y Guerra, 2018). Estos autores enfatizan que lo comunitario es lo que da sentido lógico a tales prácticas, en cuyo discurso se encuentran expresiones recurrentes como “sacar adelante un proyecto común”, “sentimiento comunitario”, “juntar gente con ideas en común” o “trabajar de forma colectiva”. Así es que en las PEA cobra mucha importancia “los demás”: cooperar, compartir y formar comunidad (Conill, Cárdenas, Castell, Hlebik y Servon, 2012).

Según Del Viso, Fernández y Morán (2017: 452), estos colectivos se convierten y reconocen como comunidades “a través de sus prácticas, rituales y costumbres; de las formas de gestión colectiva; de los mecanismos de producción y transmisión de conocimiento; de la apropiación y transformación del espacio; y de la relación con otros agentes y comunidades”. El reconocimiento social y la conformación de una

identidad grupal se sostienen de manera constante a través de la reafirmación discursiva de sus cualidades aglutinantes, es decir, de aquello que distingue y reúne al conjunto de pertenencia respecto de otros sectores diferenciados (Busso, Gindín y Schaufler, 2013).

Sus lazos identitarios se fundamentan en el principio de responsabilidad de las personas, en los procesos sociopolíticos y en el quehacer común, es decir, en gestionar y gobernar recursos compartidos (Castro y Martí, 2016). Estos grupos no tienen que estar obligatoriamente vinculados a un espacio físico concreto (sede, barrio), sino que son flexibles, fluctuantes e inclusivos, por lo que “la pertenencia a la comunidad no depende tanto de la proximidad como de la voluntad de unirse a un proyecto” (Del Viso, Fernández y Morán, 2017: 470), de asumir un compromiso, y de compartir los valores, normas y significados que definen esa identidad común.

Este trabajo se centra específicamente en la dimensión comunitaria de aquellas PEA vinculadas con la alimentación, entre las cuales los GC, las cooperativas de productores y de consumidores son las formas más frecuentes. Se pretende averiguar si a todas ellas les une la voluntad de sentirse parte de una comunidad y compartir una posición crítica frente al actual sistema agroalimentario (Calle, Soler y Vara, 2009; Soler y Collado, 2010), además de una visión común sobre el consumo de los alimentos, su procedencia y su proceso de elaboración. Al mismo tiempo, se intenta conocer si se sostiene entre todos sus miembros un proyecto de vida alternativo, que impulse la transformación social a partir de las prácticas alimentarias sostenibles, o si existen diferencias entre las distintas experiencias en el seno de cada agrupación. Para ello se considerarán algunos atributos y elementos específicos, que puedan llegar a definir e incidir en la dimensión comunitaria e identitaria de estos conjuntos. Entre ellos están: a) el origen, tamaño, estructura y organización del colectivo; b) las percepciones acerca de la participación y la confianza entre los involucrados, c) los discursos políticos y sociales construidos en torno a estos espacios y d) las convergencias y divergencias entre las redes, que den cuenta de su capacidad para impulsar cambios sociales y trascender la condición de meras soluciones de consumo.

Se ha optado por el término de “prácticas alimentarias sostenibles”² para hacer referencia a la mayor variedad posible de redes de alimentación alternativa, partiendo de la significación de estos grupos como “redes de socialización que cuestionan el sistema agroalimentario y el consumismo como fenómeno de realización personal y colectiva” (Calle, Soler y Vara, 2009: 3). Espelt (2013) también incide en esa dimensión colectiva y considera a los GC como conjuntos de personas que se organizan para adquirir alimentos, impulsando un modelo de consumo más responsable con el medio ambiente, el desarrollo socioeconómico local y la cohesión social. Díaz (2014) da un paso más al contemplarlos como una herramienta de transformación social y empoderamiento, porque la movilización local de pequeños agricultores, ganaderos y consumidores interesados por la interrelación entre ecología y la justicia social propugna nuevas prácticas locales que transforman el sistema de producción, distribución y consumo de productos alimenticios, aunque sea a pequeña escala. En este último sentido, estas iniciativas aspiran a impulsar la soberanía alimentaria, un movimiento campesino y ciudadano de alcance global que busca recuperar el control local y comunitario sobre todo el proceso alimentario y que, en sociedades desarrolladas, tiene en estos grupos una de sus principales manifestaciones (Desmarais, 2007; European Coordination-Vía Campesina, 2018).

Metodología

Para conseguir los objetivos propuestos se ha realizado un estudio descriptivo, observacional y multitécnico. Este trabajo forma parte de una investigación más amplia en la que se han estudiado los *Espacios y prácticas económicas alternativas para la construcción de la resiliencia en las ciudades españolas*.^{3 4} Dentro de ese marco general se han seleccionado prácticas alimentarias sostenibles de Alicante, Salamanca, Valladolid, León y Zaragoza, por ser las ciudades donde se ha realizado el trabajo de campo (años 2016 a 2018). Las redes y organizaciones analizadas se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1.
Datos básicos de las prácticas alimentarias analizadas

Nombre	Año de Origen	Ciudad	Forma de organización	Número de socios
El Bisáltico	2003	Zaragoza	Cooperativa de consumidores ecológicos	80 socios
Ecoflor (<i>integrado en Ecored</i>)	2011	Zaragoza	GC	15 familias
Bioalacant	1998	Alicante	Asociación de productores y consumidores ecológicos	60 socios y unas 250 familias consumidoras
Biotrèmol	2012	Alicante	Cooperativa de consumo responsable	700 socios consumidores y 45 socios activistas
Camperola	2015	Alicante	Cooperativa de producción agroecológica	10 socios y abierta a todo el mundo
Mercatrèmol	2008	Alicante	GC que trabaja en red con otros GC	180 socios
La Semilla (<i>Equitanea desde 2013</i>)	1998 informal 2002 oficial	León	Asociación de consumidores ecológicos	90 socios
La Cesta Biológica	2002	León	Tienda	Abierta a todo el mundo
Mundo Ético	2012	León	GC	Abierta a todo el mundo
Hortaconsumo	2014	Salamanca	GC	10 unidades de consumo
La Sandía	2003	Salamanca	GC	70 unidades de consumo
Saberes y Sabores del Bajo Tormes	2012	Salamanca	Grupo de productores y consumidores	40 unidades familiares fijas y unas 30 discontinuas
El Ajo en Red	2013	Valladolid	Grupo autogestionado de consumo	27 unidades de consumo
El Caracol de Parquesol	2013	Valladolid	GC	20-25 socios
La Cesta Verde	2012	Valladolid	GC	60 socios
La Despensa del Tío Chaqueta	2014	Valladolid	GC	30 unidades familiares
Ecogermen	2005 como asociación 2009 se abre a clientes	Valladolid	Desde 2009 es cooperativa de consumo ecológico	108 unidades de consumo
La Endivia Cochina	2012	Valladolid	GC	12 unidades familiares
La Lenteja Pelleja	2013	Valladolid	Red de consumo	13-14 unidades de consumo
La Patata Solidaria	1997	Valladolid	GC	38 unidades familiares
El Repollo Mutuo	2012	Valladolid	GC	12-15 unidades de consumo

Fuente: banco de datos del proyecto de investigación “Espacios y prácticas económicas alternativas para la construcción de la resiliencia en las ciudades españolas” (2016-2018).

Entre las técnicas empleadas para la recogida de información⁵ se han utilizado entrevistas semiestructuradas a informantes clave, observación participante durante las visitas a los espacios de reunión y eventos sociales, así como la exploración de espacios virtuales, fuentes secundarias y documentación interna aportada por los grupos. De este modo es posible conocer no solo la situación y funcionamiento actual de las prácticas estudiadas, sino también su origen y evolución temporal.

Se presenta aquí el análisis de veintidós entrevistas (efectuadas a doce hombres y diez mujeres, miembros fundadores o socios vinculados con la estructura organizativa y el funcionamiento de las actividades), correspondientes a veintiún agrupaciones (ver Tabla 1).^{6 7} La elección de informantes clave se realizó, en palabras de Sevilla, Gallar, Soler, Vara y Calle (2012: 20) orientada hacia “aquellas personas que, por su posición en la iniciativa, por su trayectoria y su grado de participación e implicación poseen una visión completa sobre la iniciativa y sus relaciones internas y externas, además de acceso a datos concretos”. Durante los encuentros se siguió una guía temática para estructurar los testimonios según los siguientes bloques: a) constitución y origen del grupo; b) evolución y desarrollo; c) características de la gestión, organización y funcionamiento; d) aspectos diversos sobre los productos, los productores y los distribuidores; e) beneficios obtenidos y f) perspectivas de futuro. Todas las entrevistas fueron grabadas en audio digital y, posteriormente, transcritas con procesador de texto, para proceder con la categorización y análisis de contenido mediante el software NVivo 11 Pro (QSR International, 2015).

La observación participante en centros y locales de reunión se efectuó asistiendo a asambleas, al reparto semanal de cestas, a encuentros de intercambio de productos (tanto elaborados por los socios como objetos personales de los que quieren desprenderse) y visitas a los productores. También se participó en ferias informativas y mercados que permiten, además de la venta, dar a conocer al grupo y constituyen un espacio clave de socialización.

La exploración de espacios virtuales comprendió la visita a las páginas web, páginas de Facebook y blogs de los grupos; al igual que otras webs de contenido general vinculadas a la agroecología, el desarrollo del medio rural, el desarrollo sociocomunitario y asociaciones de vecinos. Todas las iniciativas analizadas cuentan con web propia, blog y/o perfil de Facebook. Además se encuentran referenciadas en otros directorios virtuales y páginas sobre comercio justo (<https://zaragozacomerciojusto.org/lugares/el-bisaltico/>), en webs municipales que recogen las iniciativas alimentarias de la ciudad (<https://www.aquieco.es/>), en foros

sobre ecología (<http://www.ecoalternativa.net/item/ecogermen/>), en páginas de sindicatos (<http://palencia.cnt.es/2016/01/28/los-grupos-autogestionados-de-consumo-gac/>) o de agrupaciones vecinales (<http://www.vecinosvalladolid.org/spip.php?article7270>) . Algunas de las webs presentan un contenido muy detallado explicando el desarrollo y evolución del grupo (<https://bioalacant.org/>) e incluyendo información más amplia sobre jornadas de formación en temas ambientales, talleres sobre alimentación saludable u homeopatía (<http://lacamperola.org/>). Pero también hay páginas sin actualizar (<http://lacestaverde.blogspot.com/>) o con el contenido protegido (<https://lasandia.noblogs.org/>).

Origen, tamaño y organización de las redes alimentarias como factores que pueden intervenir en la generación de comunidad

La inspección sobre el origen de estas redes, su tamaño, estructura, organización y perfil de sus integrantes ha permitido iluminar su carácter comunitario. La mayoría de estos grupos tienen su inicio en colectivos y asociaciones anteriores (los más antiguos comenzaron a finales de los 1990), por lo que ya cuentan con ideas preconcebidas sobre lo que quieren encontrar en la nueva conformación. Entre los ámbitos de procedencia destacan los sindicatos CGT y CNT, movimientos sociales como Stop Desahucios, 15M, Ecologistas en Acción y Greenpeace. Otros GC, en cambio, han surgido de la escisión de otros mayores (por ejemplo, Biotrèmol que surge de Mercatrèmol) (Sánchez y Espinosa, 2020). Esta vinculación previa con organizaciones socialmente comprometidas y movimientos políticos expresa el perfil ideológico y el carácter activista de las personas involucradas, que comparten de manera expresa sus motivaciones y eligen criticar al sistema económico dominante desde el contexto de la alimentación. En este sentido, Gravante (2020) concibe las redes alimentarias alternativas como formas de activismo urbano y alimentario, que interrelacionan lo económico con lo social.

No obstante, los entrevistados registran que este perfil político inicial ha ido perdiendo fuerza, especialmente como motivación para incorporarse a las redes de alimentación. Es común, entonces, hallar quejas entre los socios más antiguos acerca del curso actual de las organizaciones, cada vez más orientadas a facilitar el acceso a

una alimentación sana, al cuidado del consumo local y ecológico, pero con menor talante activista e implicación por parte de los involucrados:

El origen es politizado, pero la gente que se va sumando solo tiene como objetivo el consumo ecológico, cuestiones de salud (V.4).

La denominación social y/o jurídica de la red se vincula con el tamaño del grupo, pero también con otros aspectos como su mayor o menor hincapié en el carácter colectivo, el interés por funcionar con un perfil más familiar o individual, o el modelo de gestión que pretenden seguir (potencialmente profesional u empresarial). Entre los primeros se encuentran las asociaciones sin ánimo de lucro, como Bioalacant, y los GC como Hortaconsumo. En el segundo caso están las cooperativas de productores y consumidores como Camperola y Biotrèmol. Estos últimos manifiestan abiertamente su intención de ser una empresa competitiva y legal, por lo que se constituyen como cooperativa y no como asociación.

La mayoría de los grupos de consumo surgen a raíz del 15M. El grupo es muy diverso pero la mayoría están aquí porque están en contra del sistema alimentario dominante. También por crear tejido social (V.2).

Sobre todo, el grupo promotor era gente de Ecologistas en Acción... Todo viene a raíz de unas jornadas que se organizaban sobre ecologismo social...se hizo un grupete y de ese proyecto pues surgió el grupo de consumo. Más o menos fue como en paralelo al 15M (V.3).

El principal motivo fue el activismo social. Por lo menos en los fundadores, y el ecologismo y también el crear una alternativa para el medio rural (V.5).

La diversidad de formas de organización y gestión, aunque a priori pueda sugerir divergencias, muestra una apreciable convergencia en torno a valores y principios, como el cuidado del medio ambiente, la justicia social, la atención prioritaria del medio rural o la creación de tejido social. Tales elementos forman parte constante de los relatos y discursos producidos por estas agrupaciones, acompañando las prácticas habituales promovidas desde los diferentes espacios y quedando plasmados en el contenido de sus páginas web.

Respecto a las dimensiones de los grupos se constató una amplia variabilidad. Se registran GC de 10 unidades familiares (o de consumo), como es el caso del Caracol y de Hortaconsumo, hasta las 700 personas atendidas en la cooperativa Biotrèmol. Resulta difícil precisar el número exacto de miembros en cada grupo porque la unidad de medida difiere según el tipo y estructura de la red: en unos casos se cuenta a cada socio de manera individual, pero en otros el cómputo se hace por unidades familiares o por unidades de consumo, equivalentes a cuatro personas. Sin duda, el tamaño influye en el modelo organizativo y ambos afectan al sentimiento de comunidad generado: una agrupación que involucre a un número pequeño de unidades familiares o socios puede encontrar más fácil el forjar la pertenencia colectiva, ante la mayor posibilidad de establecer relaciones entre todos, conocerse, colaborar en el funcionamiento de la red, compartir valores y participar de una filosofía de vida común. Sin embargo, en las cooperativas numerosas, las características sociales anteriores pueden no desarrollarse de la misma forma, derivando en un simple vehículo para satisfacer inquietudes particulares de consumo alimentario. En todo caso, pueden llegar a mantenerse las ideas y valores respecto del cuidado de la naturaleza, el comercio justo y la alimentación sana y de calidad (Argüelles, Angelovski y Dinnie, 2017). De ello se deriva que a pesar de las diferencias de tamaño y de organización, sea posible encontrar convergencias en los principios rectores de todos los grupos.

Como se refleja en la Tabla 1, las redes más pequeñas se localizan en las ciudades de menor tamaño como León y Salamanca. Sin embargo, no puede establecerse una relación directa entre tamaño urbano y tamaño de los grupos, debido a la diversidad de formas de organización. Por ejemplo, Ecored en Zaragoza reúne a una veintena de pequeños GC bajo una única estructura mayor, mientras que en Valladolid coexisten muchas iniciativas que de manera deliberada buscan conservar su autonomía con un tamaño reducido y con un espíritu de comunidad. Biotrèmol, en Alicante, es el caso de mayor dimensión precisamente porque adopta una organización cooperativa de carácter más empresarial.

La organización asamblearia, el reparto de tareas, la autogestión económica y la dimensión relacional/de encuentro son los pilares que plantean Del Viso, Fernández y Morán (2017) como expresión del carácter comunitario de los huertos urbanos, también compartidos por las redes alimentarias sostenibles. Estos conjuntos se caracterizan por una variedad de modelos organizativos y diferentes fórmulas de distribución y suministro, además de distinto grado de profesionalización en la

gestión (Díaz, 2014). Los diversos modelos posibles comparten la idea de sustentar la organización en el cooperativismo, así como la toma de decisiones en un sistema compartido, horizontal y consensual, contrario a estructuras jerárquicas centradas en la autoridad y la especialización (Espelt, 2013). Los colectivos distribuyen las tareas y funciones en pequeños grupos que se constituyen como comisiones, dejando las decisiones finales a instancias de reunión. Calle, Montiel y Vara (2009) plantean que la gestión conjunta y la corresponsabilidad, tanto en la producción como en el consumo, son los compromisos básicos que adquieren todos los participantes.

Este sistema de funcionamiento es común para todas las asociaciones analizadas: se establecen comisiones o grupos de trabajo que se encargan de la articulación y de la gestión diaria, dejando para las asambleas todas las cuestiones sobre las que se tenga que tomar alguna determinación. Las resoluciones pueden alcanzarse por consenso o por mayoría de votos, pero este aspecto no depende del tamaño de los grupos, como podemos observar al comparar las dos narrativas siguientes:

...asamblaría, que no haya presidente ni nada, que todos seamos iguales y que todos tengamos que participar ...se hacen las asambleas que hagan falta hasta que haya un consenso, un acuerdo (S.2b).

No, no es obligatorio el consenso. Hay un quorum para celebrar la asamblea y lo que se decida en la asamblea es lo válido (V.9).

Además del sistema asambleario, también se adoptan otras ordenaciones complementarias que facilitan el funcionamiento cotidiano, especialmente para los grupos de mayor tamaño o para aquellos cuya gestión incluye la venta y distribución en tiendas propias:

...el órgano de gestión de la cooperativa es el consejo rector, que son cinco miembros, cinco socios, que se eligen cada dos años y bueno tenemos la actividad de la cooperativa estructurada en presidente, secretario, vicepresidente y demás, y luego están los trabajadores...El consejo rector se reúne cada mes, hace las actas, las manda a los socios y los socios se implican con la asamblea. Es una asamblea anual y los que quieren se implican con las comisiones (V.5).

Hay una junta, que se elige periódicamente, un consejo rector y está la asamblea de socios, tanto ordinaria como extraordinaria, que se convocan cada cierto tiempo (Z.1).

Incluso pueden llegar a plantearse gestiones profesionalizadas -como señalan en la web de Biotrèmol- que apunten hacia fórmulas de tipo empresarial:

Integrar un modelo de gestión horizontal efectivo, en el que se garantiza la participación en la toma de decisiones en los órganos colegiados, dentro de una estructura de gestión profesionalizada mediante la asignación de responsabilidades y competencias... Horizontalidad, participación y gestión eficiente.

La participación, la confianza y las relaciones externas como matrices para definir el sentimiento de grupo y la identidad colectiva

Un GC permite “la creación de relaciones comunitarias y de espacios de encuentro” vecinales (De Benito, 2016: 199), generando entre sus miembros vínculos de socialización y afectividad, que facilitan que las personas se impliquen en el grupo y posibilitan su continuidad. Establecer este tipo de conexiones suele ser una de las motivaciones principales para unirse a ellos. La creación de tejido social y la relación con otras personas afines ideológicamente son aspectos clave para definir una identidad conjunta (Calle, Soler y Vara, 2009; Calle y Fernández-Casadevante, 2015; Carrero y Sanz, 2019):

...porque al generar esta comunidad se generan a su vez muchas afinidades emocionales, porque tú te sientes partícipe de un grupo, tienes una identidad grupal; de hecho se han generado muchas relaciones dentro del grupo, porque ya no sólo coincides en él si no en muchos otros entornos más ...el valor de juntarnos para hablar las cosas, es más importante que ir solo al supermercado a consumir, porque te estás juntando con un grupo de gente para hablar de tus intereses, de lo que quieres consumir, de los problemas que has tenido y de muchas otras cosas...(Z.2).

sentido de pertenencia a un grupo con inquietudes similares en torno a la alimentación saludable y el cuidado del medio ambiente. Espacio de convivencia y encuentro... (L.1).

...me permite entablar redes de relación y contacto con gente de Villamayor y además gente con inquietudes similares a las que yo tengo. El tejer redes en la zona que para mí es muy importante (S.1).

En estos grupos, la participación permite potenciar a las personas y a las comunidades, resultando clave para su adecuado funcionamiento y autogestión (Briceño y Ávila, 2014). Escartín (2010: 45) entiende la participación como un proceso “que lleva a tomar parte a las personas en espacios de socialización colectivos, en espacios comunes e identitarios, en espacios de interrelación e interacción más allá del núcleo de la propia vida y de lo más cercano”. Esta idea es reforzada por Díaz (2014) al considerar que este término permite entender el carácter común e identitario de los colectivos. Así, la participación es condición *sine qua non* para la existencia del grupo y, por lo tanto, uno de los objetivos prioritarios de mantener; conseguir la mayor implicación posible es imprescindible para sustentar la autogestión. Como vía para cuidar y reforzar dicha participación, hay colectivos que prefieren incrementar el número de miembros, mientras y otros que potencian lo idóneo de poseer un número reducido de socios, apuntando más hacia la calidad de la implicación.

No se percibieron diferencias en la relación entre el tamaño del grupo y la importancia discursiva dada a la participación: desde las cooperativas con mayor número de socios hasta los GC más pequeños, todos sustentan su existencia en la implicación de sus miembros, además de considerarla un aspecto fundamental para explicar ideológicamente su origen e identidad. Así en Mercatrèmol, cooperativa de 175 socios, señalan:

...muchos socios colaboran en cuanto a las tareas de limpieza, embolsado, puntear los pedidos, reponerlos, cosas de este tipo. Hay una conciencia de que esto es tuyo y de que hay que echar una mano, de participación en las asambleas (A.4).

Y pretenden con esa participación

...volver al trabajo comunitario, al esfuerzo y a la autogestión (A.4).

Lo mismo ocurre con los grupos de menor tamaño, puesto que para que la red funcione es imprescindible que todos sus miembros se involucren:

...Nos parece muy importante la cultura de la participación, que la gente vea que puede hacer cosas por sí misma, pero que eso también conlleva un pequeño compromiso y que, haciendo una cosa entre todos, las cosas salen; que participar es la forma de implicarse y avanzar (V.9).

No obstante, pese a las proclamas compartidas, pudieron percibirse claras diferencias en los tipos de participación real, según cada experiencia. En los grupos de menor tamaño la cooperación alcanza un formato global, del que todos los actores forman parte. Normalmente se trata de un simple sistema rotativo semanal en el que cada unidad de consumo se encarga de alguna de las tareas por realizar: encargar los pedidos, preparar los alimentos para su distribución en bolsas o cestas/cajas y entregarlos. En cambio, en las cooperativas con mayor número de socios la participación varía: para algunos socios es obligatoria y en otros casos se hace de manera voluntaria.

...socio consumidor, que paga su cuota, viene, consume y no se le pide nada más y el socio activista, que compromete mil euros para el capital de la cooperativa, que cuando se va se devuelve (por ley de cooperativas) y cuatro horas de trabajo semanales (A.2).

...cada familia lleva un productor, gestiona el pedido de un productor o lleva una tarea que haya que hacer: las relaciones, el cuidado de las asambleas, la contabilidad... y el reparto de tareas hace que todo el mundo se sienta cómodo con el trabajo que hacen los demás (Z.2).

Desde los grupos más pequeños a las grandes cooperativas, la mayor parte de los entrevistados señala problemas en la colaboración, convirtiéndose en uno de los escollos fundamentales a la hora de reproducir el sentimiento de identidad y pertenencia al grupo. Parece evidente que el proceso de implicación de los nuevos participantes desemboca en dos resultados: por un lado, las personas que terminan involucradas en las actividades del grupo, asumiendo la necesidad de colaboración; por otro, aquellas que lo abandonan alegando casi siempre falta de tiempo. Son los socios fundadores, que en su mayoría provienen de otros grupos y movimientos asociativos, los que mayoritariamente se encargan, con su esfuerzo y trabajo, del funcionamiento y mantenimiento de las redes. La queja reiterada es que muchos participantes buscan hacer la compra semanal de alimentos saludables, pero sin mayores complicaciones, y resulta difícil integrarlos en la rutina interna del grupo. Con estas prácticas las personas pretenden satisfacer inquietudes individuales y no tanto aspiraciones colectivas, como también argumentan Argüelles, Angelovski y Dinnie (2017).

La mayor implicación es en la compra semanal de productos, en las otras actividades ha decrecido mucho la participación (L.1).

Hubo unos años, en el 2011-2012 que estaba muy bien, gente muy participativa, muy implicada, con las ideas muy claras sobre cómo se debía participar y ahora quizás el espíritu ese se ha perdido y ahora solamente es consumo... (S.2).

Últimamente la participación es bastante baja. Al principio cuando surgió como asociación había mucha gente con muchas ganas de participar, pero luego esa gente se retiró y un poco ha sido complicado el relevo generacional... También es verdad que nadie tiene tiempo (V.5).

Además de la participación, la confianza es otra de las características básicas que es posible considerar como cimiento de la identidad colectiva. En el caso de las PEA analizadas, dicha confianza no se vincula solamente a las relaciones entre los propios miembros del grupo, sino también al nexo con los agricultores/productores de alimentos. Un requisito que comparten todas las iniciativas, independientemente de su tamaño, es que los productores sean siempre, en la medida de lo posible, pequeños y de un entorno geográficamente próximo. Esta relación directa entre agricultor/productor y consumidor es una de las señas identitarias más claras en las redes alimentarias. Así queda recogido en los principios y valores compartidos en los foros: colaborar activamente en el desarrollo socioeconómico de cada región, facilitando las economías locales a través de las cadenas cortas de distribución y compra de productos preferentemente cercanos. Como ya se mencionó, los participantes buscan una alimentación sana y de calidad, basada en un consumo local, sustentable y de temporada.⁸ Para conseguirlo necesitan establecer una relación de confianza entre productor y consumidor, que en muchos casos se basa en un compromiso personal y no en un certificado oficial de producción ecológica. Como señala una de las entrevistas (A.4), dicha certificación se puede sustituir por “un sello de confianza” entre ambos extremos de la cadena. Las visitas frecuentes a los productores reafirman esta fidelidad: conocer su forma de trabajo es más relevante que la posesión de un documento oficial sobre las características de elaboración del producto. En algunos de los casos analizados esta postura puede entenderse, además, como una forma de resistencia a la integración en el sistema agroindustrial convencional (Alquézar, Homs, Morello y Sakes, 2014).

No pedimos sellos. Si nos gusta solemos ir a visitar a los agricultores, a los productores, entonces nos fiamos de ellos si nos dicen que es ecológico, aunque no tenga sello. Sobre todo, cercanía, ecológico y que no tenga intermediarios (S.2).

...los propios productores y grupos de consumo son los que “certifican” a través de la confianza que el producto sea ecológico; el productor no tiene una certificación oficial, sino que básicamente se basa en la confianza de los consumidores ahorrándose así las cuotas de las certificaciones (Z.2).

Sin embargo, aquellos grupos que se constituyen como cooperativas y/o que disponen de tiendas para la venta de sus productos, sí promueven, en la medida de lo posible, certificados/sellos ecológicos por su interés en profesionalizarse, estar “dentro de la ley” y pasar todos los controles necesarios, de trabajo y sanidad.

...si son ecológicos es porque tiene el sello, y si no tiene el sello es obligatorio que la plantación haya sido visitada por un equipo de investigación de Mercatremol y se hace un análisis multiresiduo (A.4).

Nuestros proveedores cuentan con certificación ecológica otorgada por organismos lo mismo que por entidades de inspección y control, como el Comité Aragonés de Agricultura Ecológica -dependiente del Gobierno de Aragón- o de otros comités autonómicos, de organismos de otros países con funciones análogas o de evaluadoras de conformidad privadas (acreditadas por la agencia pública ENAC o sus homólogas en otros Estados, como INAO, en Francia). El origen ecológico de los productos que adquirimos es un asunto que la cooperativa se toma muy en serio, por lo que ejerce una rigurosa comprobación (Fuente: <https://elbisaltico.blogspot.com/>).

Adicionalmente, el sentimiento de comunidad puede reafirmarse a través de las relaciones con otros colectivos y sectores, tanto de carácter institucional como social. Por ejemplo, entre los principios que rigen Biotremol publicados en su web figura: “Participar en redes de organizaciones de consumo fomentando la cooperación entre ellas y facilitando la creación de otras nuevas”. Moragues (2017), en su estudio sobre GC en la ciudad de Valencia, identifica ciertas tensiones entre la autogestión y la necesidad de colaboración con diversos actores. La autora sostiene que se crean alianzas pragmáticas con otros grupos para facilitar la gestión (compras conjuntas, compartir conocimientos), pero también alianzas regionales con voluntad

transformadora promovidas por miembros de los grupos que también participan en otras plataformas sociopolíticas.

En esta investigación se constató el escaso contacto de todas las redes analizadas con las administraciones e instituciones públicas, a excepción de uno de los grupos de León (Mundo Ético), que afirma tener una relación cordial y de colaboración con varios ayuntamientos de la zona. Esta misma agrupación manifiesta también tener vínculos con colegios públicos para su abastecimiento alimentario. La falta de cooperación de las instituciones públicas y los equipos de gobierno, no obstante, es la tónica más habitual, por lo que algunos casos demandan mejoras en este aspecto y señalan que la cesión de espacios públicos para establecerse sería una buena manera de comenzar. En este sentido se han realizado algunas concesiones como en el caso de La Despensa del Tío Chaqueta (Valladolid), que a veces se reúnen en el centro cívico. No obstante, esta licencia puede depender del partido político que gobierne, como ha ocurrido en uno de los casos de Zaragoza (Ecoflor/EcoRed). A estas peticiones se añaden la necesidad de producir un intercambio de ideas con los gobiernos respecto a temas fundamentales, como establecer las directrices generales de la soberanía alimentaria, el abastecimiento de alimentos saludables a los colegios y la celebración estable de mercados de productos artesanales y ecológicos.

Respecto a la relación de los grupos con otras organizaciones dedicadas también a la alimentación, sí pudieron registrarse redes y cooperativas ecológicas mayores -de ámbito nacional y regional- como, por ejemplo, la Red de Grupos de Consumo Ecológico de Castilla y León y la Red de Soberanía Alimentaria de Castilla y León, con quienes colaboran y comparten inquietudes sobre la gestión social de estos modelos alternativos. El contacto y la participación con otras PEA se produce de forma más individual, en función de las necesidades e intereses particulares (principalmente con huertos urbanos y, en menor medida, con bancos del tiempo). Algunos de los grupos se vinculan con otras redes y GC para realizar pedidos conjuntos de productos que no sean de provisión semanal (por su lejanía), como el aceite o los productos de limpieza. Efectuar los encargos de forma conjunta permite reducir los costos y el impacto ambiental, a través del aprovechamiento de viajes y el consiguiente ahorro de combustible (Moragues, 2017).

Esta participación extensa posibilita que los grupos se constituyan como herramientas de empoderamiento social dado el “interés creciente en agruparse en distintas iniciativas que vinculan la lucha global a las prácticas cotidianas a través de la participación de la ciudadanía, con la pretensión de cambiar la realidad social” y

la realización de estrategias de acción colectiva más allá del consumo (Díaz, 2014: 68). La organización conjunta en torno a un mismo universo de ideales, prácticas, narrativas y posicionamientos es lo que, en definitiva, asiste en la construcción de una identidad política común, base conceptual de los proyectos aquí analizados.

Hacia un estilo de vida transformador: convergencias y divergencias

Como se fue sugiriendo, las personas que participan en estas iniciativas se caracterizan por defender ciertos valores morales y colectivos, definiendo con ellos su identidad y su ideal de estilo de vida. Se identifican con una conciencia política y ambiental determinada y con la búsqueda de una mayor justicia social. Son personas con inquietudes precisas que buscan la dinamización del entorno en el que viven, mediante la gestión compartida de espacios de convivencia, la cooperación y la adopción de lo que se puede entender como “valores alternativos” a la dinámica social, económica y política imperante en la sociedad. Para ser “alternativo” hay que relacionarse “con otros alternativos” (Conil et al., 2012), con los que coinciden, entre otros entornos, en las redes alimentarias. Concierten en su disconformidad con el modelo predominante, lo que suele traducirse en malestar por el avance de empresas multinacionales y grandes superficies comerciales, que no tienen en cuenta la relación entre el consumidor y el productor, utilizan intermediarios, explotan a los trabajadores y se olvidan del medio rural, entre otras razones. Los participantes de las redes alimentarias, en contraposición, pregonan una economía mucho más centrada en las personas y plantean que debe cambiar la relación entre agricultor y consumidor, de forma que también redunde en una nueva relación entre campo y ciudad. En definitiva, postulan otro modelo de gestión de la alimentación:

...yo creo que los que estamos ahí es exactamente por eso, porque estamos haciendo algo que es alternativo al sistema económico... Como resistencia al sistema, resistencia personal, por lo menos en lo que yo pueda contribuir a otro tipo de economía, otro tipo de sociedad (V.6).

Alquézar et al. (2014: 155) señalan que “se trata de una economía conscientemente incrustada en las relaciones sociales” desmintiendo así que economía y sociedad sean dos esferas aisladas. Los requisitos del nuevo modelo se recogen en los principios rectores de las redes, explícitos en sus páginas de difusión y su discurso manifiesto. En este sentido, Biotrèmol comunica la necesidad de:

Generar trabajo profesional dentro de un modelo económico sostenible, mediante criterios de cooperación y responsabilidad compartida” y La Camperola plantea “Construir y articular circuitos cortos de comercialización, con la consolidación de diferentes estrategias de venta y distribución de productos ecológicos y artesanales en base a nuevas relaciones económicas, sociales y naturales.

Todas las propuestas están interesadas en apoyar las pequeñas producciones locales, en generar una mayor redistribución y mejorar el deterioro del suelo, la escasez de agua, las nocivas consecuencias del uso de pesticidas y productos químicos y, en general, defender el derecho a una alimentación saludable:

...una mayor sensibilidad hacia el medio ambiente o el cuidado del planeta y de la alimentación como base de vida, consumiendo producto ecológico por salud y para que no haya venenos en su alimentación (Z.2).

...se constituye con la firme voluntad de transformar la realidad social mediante el cambio de los hábitos de consumo, de dar respuesta a la pretensión de las grandes corporaciones, de dirigir las políticas alimentarias, de trabajar para mejorar las relaciones entre las personas, anteponiendo los intereses colectivos a toda idea de lucro particular y contribuir, mediante el desarrollo de su actividad y de otros medios, a la mejora del entorno social y medioambiental (Fuente: <https://biotremol.com/>).

...en alianza con todas aquellas entidades, asociaciones y personas implicadas en una transformación social en todos los ámbitos de la vida (Fuente: <http://lacamperola.org/>).

Apoyar o promover iniciativas que contribuyan a la mejora social (Fuente: <https://lasandia.noblogs.org/>).

...tejiendo una red que nos permita participar activamente en la transformación social (Fuente: <https://lagallinera.wordpress.com/el-caracol-de-parquesol/>).

Estos testimonios acreditan que la mejora de la salud asociada al consumo de este tipo de alimentos tiene un fuerte componente subjetivo: los participantes asumen que la alimentación industrial es pernicioso para la salud, de modo que la alimentación alternativa se concibe como beneficiosa por sí misma. Por otro lado, estas referencias ponen de relieve que la búsqueda de la transformación social constituye un punto de convergencia para todos estos grupos. Sin embargo, en este punto se puede identificar también una línea de fractura o divergencia. Por una parte, las expectativas iniciales permanecen vigentes en los socios fundadores, quienes sostienen en el tiempo su compromiso político (muchas veces traído desde otros movimientos anteriores). Los nuevos afiliados, en cambio, aparecen menos vinculados a estas inquietudes, limitándose en su participación y expresión ideológica a la búsqueda de alimentos naturales y limpios. Esto se refleja en algunos testimonios de los informantes (responsables de las redes), que señalan que el espíritu activista está decayendo, para ser reemplazado por la búsqueda exclusiva de beneficios alimentarios:

La gente ha ido rotando y puede que el perfil inicial que era más activista, gente más politizada, pues haya pasado más a gente más preocupada por la alimentación, más que por esa otra faceta de un nuevo modelo económico (V.3).

En perfil ideológico sí que veo que hay mucha afinidad, que hay un perfil de gente preocupada por el medio ambiente, por la sociedad, y hay mucha gente de entorno social en todo esto, pero luego hay mucha gente que lo vive como una manera de consumo de productos sanos, pero no tiene tanta vinculación política (Z.2).

Esta idea es planteada a la inversa por Alquézar et al. (2014: 156) al señalar que “...algunas personas entran en el grupo solo en busca de alimentos ecológicos más saludables, pero al cabo de un tiempo acaban redefiniendo sus motivaciones en términos sociopolíticos”. Dichos autores proponen pensar la crítica al modelo capitalista no como una condición *a priori*, aglutinadora, sino como un valor adquirido con el tiempo. Las transformaciones colectivas derivarían, por lo tanto, de las pequeñas modificaciones que las personas introducen en su vida cotidiana (hábitos de consumo, toma de decisiones). Esto es apuntado por algunos de los grupos examinados, quienes consideran en esta inversión una vía secundaria para transmitir su mensaje y lograr un cambio:

Sí que diría que puede empezar a ser más alto la cantidad de personas que está viniendo por temas de salud... lo ecológico se está introduciendo en España más por temas de salud... hay que concienciar e informar mucho porque también no es solo la salud, sino otros temas que trabajamos desde la asociación, como puede ser el tema local, de cambio climático, de que se pueden crear relaciones humanas mucho más cercanas con los productores ... Es la vuelta a las relaciones humanas y a que el consumidor vuelva a tener los pies en el campo (A.4).

Creemos que no podemos dejar pasar las cosas, que no todo da igual... por ello montamos Mundo Ético...siendo un agente más del cambio hacia modelos productivos y de consumo diferentes... creemos en el activismo social...a través de nuestras acciones individuales y colectivas podemos cambiar un poco las cosas (L.3).

Esta dualidad argumental convive en la práctica diaria de estas comunidades. A pesar del descontento de algunos socios con la pérdida de la energía y motivación originaria, también dejan en claro que siempre *hay algo más* por lo que la gente participa en estas redes, que se trata de un conjunto humano con características particulares, potencialmente transformador. A pesar de los aspectos discordantes, y la variabilidad interna, sienten en sí el germen de lo alternativo, e intentan desarrollar un estilo de vida acorde a las características que definen esa cualidad distintiva.

Conclusiones

Las prácticas alimentarias sostenibles (como los grupos de consumo agroecológico y las redes de productores/consumidores) constituyen una de las PEA más extendidas y significativas, tanto por el incremento constante de personas que las integran como por el mayor protagonismo social que están adquiriendo. Además del acceso a una alimentación sana y de calidad, estas experiencias ofrecen un espacio de encuentro y convivencia entre personas con quienes compartir inquietudes y generar amistades en torno a una identidad grupal cimentada en torno a la alimentación, entendida como necesidad individual, práctica social y proceso con fuerte incidencia ambiental. Ahora bien, dicha identidad no surge de un perfil monolítico en cuanto a ideología y participación política, aunque se apoya en un interés compartido por

mejorar la alimentación como vía para promover una economía solidaria, cuidar el medio ambiente y lograr una sociedad donde primen valores como la justicia social, la solidaridad y la cooperación. Por lo tanto, no es posible establecer tipologías de estas actividades según su perfil comunitario o político, porque en cada una de ellas conviven individuos con aspiraciones y grados de implicación dispares que, eso sí, suscriben unos ideales fundamentales y unas prácticas cotidianas capaces de sostener en el tiempo la actividad de estas redes y grupos.

Así pues, la adquisición de productos ecológicos -cada vez más disponibles en los comercios de cadena y grandes superficies, por otra parte- no parece ser el único gran motivo detrás de estas afiliaciones, puesto que muchas veces los GC no pueden ofrecer precios competitivos ni grandes facilidades de compra. El valor dado a estos espacios, en cambio, se vincula con la expresión de una filosofía de vida diferente, orientada al bien común y al consumo responsable, llevando a reconfigurar las relaciones sociales y los hábitos cotidianos de aquellos involucrados. Esta nueva estructuración comunitaria parte de un discurso y propuesta de acción transformadora, en tanto “alternativa” a la lógica capitalista actual, caracterizada por el consumo individualista y despersonalizado.

Aparte de la base ideológica, el sentimiento “colectivo” se construye de acuerdo a ciertos aspectos “formales” de las actividades económicas mencionadas, como el tamaño de las agrupaciones, su estructura institucional y esquema de funcionamiento. Los grupos con menor número de miembros adoptan un sistema de gestión mucho más sencillo (autogestión) que se va complejizando con el aumento de socios, hasta llegar a niveles máximos de profesionalización. El grado de involucramiento de los individuos varía en cada caso. Sin embargo, a pesar de las diferentes formas posibles, todas las redes convergen en sus ideales cooperativistas y en el sistema asambleario para la toma de decisiones. Esto permite que los integrantes intervengan en los todos los niveles de la cadena organizativa, facilitando su inserción activa en el proyecto común.

Otros atributos imprescindibles para entender la identidad grupal son la participación, la confianza y la relación con otros colectivos. Los fundadores y dirigentes insisten en la necesidad de potenciar la participación de los involucrados, como cuestión clave para mantener el buen funcionamiento y los principios fundamentales de cada propuesta. Además de los aspectos pragmáticos, una mayor participación se asocia a un fortalecimiento de los vínculos internos, al contacto con personas afines y, en definitiva, a mayores y mejores instancias de comunicación e

intercambio entre los sujetos (todos ellos elementos importantes en la conformación de la identidad común). Los distintos tamaños de los grupos inciden en las formas posibles de colaboración, que van desde sistemas rotativos en los que actúan todos los miembros de la red hasta otros modelos en los que la implicación está más enfocada hacia el desempeño de funciones concretas. El vínculo de confianza que se intenta establecer con los agricultores/productores es otra de las áreas de convergencia entre los grupos, en cuanto representa el carácter local y de proximidad que los consumidores buscan en estos colectivos. Apelar a un vínculo sin intermediarios, en el que prevalezca la cercanía (geográfica y sobre todo social) sin duda es un punto de identificación ampliamente resaltado. La relación que estos grupos mantienen con otros colectivos también es significativa para la conformación de la identidad. En este caso se establece una clara diferencia entre la frecuente participación en actividades como los bancos de tiempo y los huertos urbanos, con las que comparten la mayoría de sus principios rectores, y la difícil relación con instituciones públicas y equipos de gobierno municipales, con los que son críticos y manifiestan escasa o nula colaboración.

A pesar de los numerosos aspectos en los que convergen las redes, no están exentas de dificultades y divergencias. La poca variedad de productos que distribuyen estos grupos, la obligación de colaborar en las labores estructurales o el reparto limitado de alimentos, son algunos de los inconvenientes detectados en el trabajo de campo. También se mencionaron problemas relacionados con el alcance de la participación y la distribución de compromisos en el interior de cada conjunto. Aparecen dos perfiles diferenciados de usuarios: los socios fundadores y/o con clara representatividad grupal, quienes se encargan de resolver la mayor parte de las cuestiones y falencias del esquema organizativo; y los participantes generales, con desigual interés o tiempo disponible para encarar las tareas de gestión que los colectivos demandan.

Otro de los debates emergentes está relacionado con la búsqueda de equilibrio entre el carácter social de estas iniciativas y su actividad comercial, para alcanzar la sostenibilidad económica. Se enfrentan al reto de ser capaces de compatibilizar los objetivos y principios vinculados a la economía social y solidaria que les define como grupo, y a la vez sobrevivir en un entorno principalmente definido por la economía capitalista y el mercado competitivo.

Pese a las limitaciones, el discurso dominante en las entrevistas destaca los avances conseguidos hasta el momento frente a estas dificultades de su organización interna.

Los participantes entienden, ante todo, que la alimentación es mucho más que un acto biológico, concibiéndola como una práctica de la vida cotidiana que invita a la reflexión y consumo crítico. Sus acciones en este campo se orientan hacia la formación de una identidad colectiva satisfactoria, en torno a valores socioculturales alternativos. Como figura en la web de La Camperola (Alicante) “La alimentación es una acción indispensable para la vida de los seres humanos. Por tanto, se trata de poner en valor la importancia de los alimentos como medio de vida, de salud y de identidad cultural”.

Notas al pie:

¹ Sánchez (2019: 42) define estas prácticas como “modalidades de coordinación económica (producción, distribución, consumo, financiación) cuyos participantes se rigen por principios de autonomía, reciprocidad y democracia, promueven valores no competitivos (como la solidaridad, la sostenibilidad, la cooperación, la equidad o la inclusión), y pretenden eliminar, transformar o superar la variedad de capitalismo hegemónica en su marco geográfico de actuación”.

² Los diferentes términos y tipos de grupos, así como sus características comunes, pueden consultarse en numerosos trabajos, entre ellos: Conill et al. (2012); Fernández-Casadevante (2013) y López (2015).

³ Este trabajo se encuadra en el proyecto de investigación “Espacios y prácticas económicas alternativas para la construcción de la resiliencia en las ciudades españolas” (2016-2019) del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, referencia CSO2015-65452-R (MINECO/FEDER).

⁴ Es una investigación multitécnica en la que, además de las prácticas alimentarias, se han analizado las siguientes PEA: huertos urbanos, centros sociales autogestionados, moneda social, banco de tiempo y mercados de productores y trueque.

⁵ El capítulo “El estudio de las prácticas económicas alternativas a través de una metodología multitécnica” (Moro y Lamarque, 2019) recoge la metodología utilizada en el proyecto general.

⁶ Para garantizar el anonimato de los fragmentos testimoniales, se ha establecido un código alfanumérico para cada una de las prácticas analizadas (Una letra que corresponde a la inicial del nombre de la ciudad y un número establecido correlativamente). El nombre real del grupo ha sido referenciado sólo en la descripción de aspectos generales, como pueden ser el tamaño o el origen de este. En todo momento se procuró que esto no afecte el principio de confidencialidad de los entrevistados.

⁷ En otras publicaciones del grupo de investigación se ha analizado el punto de vista de los participantes a partir de un cuestionario presencial y online, que fue aplicado en todas las PEA durante el trabajo de campo.

⁸ En cuanto a los motivos para participar en estas prácticas alimentarias, un tercio de los participantes encuestados seleccionó la opción referida al cuidado de la salud y otra cuarta parte optó por el apoyo a productores locales, muy por encima de las restantes opciones consignadas en el cuestionario (cuidado del medio ambiente, activismo político y comodidad de compra, por este orden).

Referencias

- Alquézar, R., Homs, P., Morelló, N. y Sakes, D. (2014). Prácticas cooperativas: ¿estrategias de supervivencia, movimientos alternativos o incrustación capitalista? *Ars & Humanises*, 8(1), 151-166.
- Argüelles, L., Angelovski, I. y Dinnie, E. (2017). Power and privilege in alternative civic practices: Examining imaginaries of change and embedded rationalities in community economies. *Geoforum*, 86, 30-41.
- Briceño, R. y Ávila, O. (2014). De la participación comunitaria a la participación social: un enfoque de Ecosalud. *Espacio Abierto*, 23(2), 191-218.
- Busso, M. P., Gindín, I. L. y Schaufler, M. L. (2013). La identidad en el discurso. Reflexiones teóricas sobre investigaciones empíricas. *La Trama de la Comunicación*, 17, 345-358.
- Calle, A., Soler, M. y Vara, I. (2009). *La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales*. Ponencia presentada en: I Congreso Español de Sociología de la Alimentación, Gijón: Fundación Universidad de Oviedo.
- Calle, A. y Fernández-Casadevante, J. L. (2015). Economías sociales y economías para los Bienes Comunes. *Otra Economía*, 9(16), 44-68.
- Carrero, G. y Sanz, J. (2019). Articulación de lógicas y modos de sociabilidad económicos: un análisis a partir de cuatro experiencias de Economía social y solidaria. *Revista de Antropología Social*, 28(2), 247-273.
- Castro, M. y Martí, M. (2016). Comunes urbanos: de la gestión colectiva al derecho a la ciudad. *EURE*, 42(125), 131-153.
- Conill, J., Cárdenas, A., Castells, M., Hlebik, S. y Servon, L. (2012). *Otra vida es posible. Prácticas económicas alternativas durante la crisis*. Barcelona: Ediciones UOC.
- De Benito, C. (2016). *La alimentación como práctica política cotidiana. Análisis antropológico social de los grupos de consumo ecológico*. (Tesis Doctoral). Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

- Del Viso, N., Fernández-Casadevante, J. L. y Morán, N. (2017). Cultivando relaciones sociales. Lo común y lo “comunitario” a través de la experiencia de dos huertos urbanos de Madrid. *Revista de Antropología Social*, 26(2), 449-472. doi: <https://dx.doi.org/10.5209/RASO.57614>
- Desmarais, A. A. (2007). *La vía campesina: globalization and the power of peasants*. Londres: Pluto Press.
- Díaz, C. (2014). El enfoque del decrecimiento como estrategia de empoderamiento y transformación social. Un estudio de caso de los grupos de consumo agroecológico de Granada (España). *Trabajo Social Global. Revista de Investigaciones en Intervención social*, 4(6), 49-71.
- Escartín, J. (2010). Indaga, Crea, Construye: Participación Ciudadana y Trabajo Social Comunitario. *Servicios Sociales y Política Social*, 91, 41-54.
- Espelt, R. (2013). Consumo agroalimentario para el bien común. Los grupos de consumo en España. *Ecología Política*, 75-77. Disponible en: <https://www.ecologiapolitica.info/?p=936>
- Espelt, R., Peña, I. y Rodríguez, E. (2018). ¿Economía alternativa o tecnopolítica? Activismo desde el consumo cooperativo de productos agroecológicos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 293-318, doi: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.9460>
- Espinosa, A. (2019). El papel de los grupos de consumo agroecológico en la construcción de un sistema de distribución y un orden alimentario alternativos. En: J. L. Sánchez (Coord.) *Espacios y prácticas económicas alternativas en las ciudades españolas* (pp. 65-58). Pamplona: Thomson Reuters Aranzadi.
- European Coordination-Vía Campesina (2018). ¡Soberanía alimentaria ya! Una guía por la soberanía campesina. Bruselas: Coordinación Europea Vía Campesina.
- Fernández-Casadevante, J. L. (2013). Experimentar otras economías. Una panorámica de las prácticas alternativas de consumo. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 121, 169-162.
- Gravante, T. (2020). Activismo alimentario y prefiguración política. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 25(50), 11-28.
- López, D. (2015). *Producir alimentos, reproducir comunidad: redes alimentarias alternativas como formas para la transición social y ecológica*. Madrid: Libros en Acción.
- Mauleón, J. R. y Rivera, M. (2009). Consumo alimentario sostenible para la agricultura del siglo XXI. *Ecología Política*, 38: 53-61.
- Moragues, A. (2017). Emancipatory or Neoliberal Food Politics? Exploring the “Politics of Collectivity” of Buying Groups in the Search for Egalitarian Food Democracies. *Antipode*, 49, 455-476. doi: <http://doi.org/10.1111/anti.12274>

- Moro, L. y Lamarque, M. (2019). El estudio de las prácticas económicas alternativas a través de una metodología multitécnica. En: J. L. Sánchez (Coord.) *Espacios y prácticas económicas alternativas en las ciudades españolas* (pp, 297-317). Pamplona: Thomson Reuters Aranzadi .
- Moro, L. y Lamarque, M. (2020). Alimentación, estilo de vida y participación: un estudio etnográfico de los grupos de consumo agroecológico en Castilla y León. *Disparidades. Revista de Antropología*, 75 (1). doi: <https://doi.org/10.3989/dra.2020.010>
- Pascual, H., Gil, E. y Guerra, J. C. (2018). Práctica social, economía alternativa y espacios de proximidad en la ciudad de Valladolid. *RECERCA, Revista de Pensament i Anàlisi*, 23. doi: <https://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2018.23.9>
- Psarikidou, K. (2015). Rethinking innovation through a moral economy lens: the case of alternative agro-food and mobility practices. *Ephemera. Theory & Politics in Organization*, 15, 67-93.
- Sánchez, J. L., Nicolás, A., Alonso, J. L. y Moro, L. (2017). Regeneración urbana, innovación social, y prácticas económicas alternativas en ciudades medias: el barrio del Oeste (Salamanca). *Ería*, (1), 67-82.
- Sánchez, J. L. y Espinosa, A. (2020). ¿Alternativa o adaptación? Los grupos de consumo de alimentos ecológicos en el área urbana de Alicante. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 24(638). doi: <https://doi.org/10.1344/sn2020.24.27056>
- Sánchez, J. L. (2019). Combatir, transformar, superar el capitalismo a través de la acción colectiva localizada: las prácticas económicas alternativas. En: J. L. Sánchez (Coord.), *Espacios y prácticas económicas alternativas en las ciudades españolas* (pp. 29-62). Pamplona: Thomson Reuters Aranzadi .
- Sevilla, E., Soler, M., Gallar, D., Vara, I. y Calle, A. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*, Sevilla: Junta de Andalucía. Centro de Estudios Andaluces.
- Soler, M. y Collado, A. (2010). Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía. En: Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico (Ed.), *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza* (pp. 259-283). Sevilla: Junta de Andalucía. Consejería de Cultura.