



## 5. Otra vida es posible

# Consumo agroecológico, una opción política

Esther Vivas

Los grupos y cooperativas de consumo agroecológico son una realidad cada día más presente a nivel local. Aunque se trata de experiencias que, en cifras totales, suman a un número reducido de personas, demuestran que es posible llevar a cabo otro modelo de consumo que tenga en cuenta criterios sociales y medioambientales.

Estos colectivos agrupan a gente de un mismo territorio (barrio, ciudad...) con el objetivo 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. Estos núcleos se constituyen mayoritariamente en las grandes ciudades donde hay una mayor distancia entre consumidores y productores/campesinos y su formato acostumbra a ser el de asociación o cooperativa.

En el presente artículo llamaremos a estos colectivos: “grupos y cooperativas de consumo agroecológico”. A pesar de que muchos de ellos se auto-definen a favor del consumo de productos ecológicos, consideramos que su práctica cotidiana se inserta más en los principios de la agroecología, con una carga no sólo ecológica sino también social y política **1**.

## Algunos modelos

En el Estado español, encontramos principalmente dos grandes tipologías de grupos y cooperativas de consumo agroecológico: aquellos que integran en su seno a consumidores y a productores y otros que sólo están formados por consumidores.

En el primer grupo destacarían experiencias como la cooperativa de producción y consumo Bajo el Asfalto está la Huerta! (BAH!) en Madrid, que se inspira en modelos europeos de larga trayectoria como las AMAP (Association pour le Maintien de l’Agriculture Paysanne) francesas **2**, o muchas de las aso-

**1**/ Para un análisis más detallado del concepto de agroecología ver: Altieri, M. (1999) *Agroecología. Bases científicas para una agricultura sustentable*. Montevideo: Nordan-Comunidad.

ciaciones históricas andaluzas como La Ortega de Sevilla, La Breva de Málaga, El Encinar de Granada. Éstas buscan integrar en un mismo marco a productores y a consumidores consiguiendo un compromiso estable de solidaridad mutua, en la que los consumidores garantizan la compra total de la producción del campesino anticipadamente, solidarizándose tanto en los beneficios como en las pérdidas. En determinados proyectos, sus miembros trabajan algunos días al año en la finca apoyando a los productores.

En el segundo grupo encontramos a la mayoría de experiencias catalanas y otras cooperativas de referencia como Landare en Pamplona, Bio Alai en Vitoria, La Llavoreta en Valencia o Arbore en Vigo. En éstas, la relación consumidor y campesino es más laxa, basándose en una relación de confianza y conocimiento mutuo (con visitas periódicas a las fincas) pero donde cada uno trabaja en marcos separados. Algunos grupos y cooperativas mantienen una relación más estrecha con los campesinos con quienes trabajan y otros menos.

A pesar de compartir unos criterios ideológicos comunes existe, como vemos, una gran variedad de modelos organizativos, de relación con el productor/campesino, de formato de compra, etc. Por ejemplo, algunos grupos y cooperativas con el paso del tiempo han ido aumentando y adecuando la oferta a las necesidades de consumo de sus miembros. En la actualidad, muchos de éstos ofrecen lo que se llaman “cestas abiertas”, donde cada consumidor puede pedir periódicamente (en general cada semana) aquellos productos que necesita y pagar por los mismos, pero existen también otros formatos de “cestas cerradas” en las que el consumidor recibe periódicamente una cesta con productos del campesino con quien trabaja pagando siempre la misma cantidad (con el objetivo de garantizar anualmente la compra del producto que el campesino elabora).

Otro elemento que distingue a unos grupos y cooperativas de consumo agroecológico de otros es el grado de profesionalización de los mismos. Muchas de estas experiencias cuentan con personas contratadas que llevan a cabo tareas de gestión. Éste es el caso de muchas de las iniciativas históricas en Andalucía, Valencia, algunas en Catalunya u otras más nuevas en Galicia. A menudo, estos grupos y cooperativas cuentan con una tienda abierta al público, accesible tanto a socios como a no socios. Otras experiencias, en cambio, reivindican u optan por un modelo sin personas liberadas, como es el caso de varias iniciativas catalanas.

## Orígenes y evolución

Los primeros grupos en el Estado español surgieron a finales de los años 80 y principios de los 90. En Andalucía, a raíz de la constitución del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC) en la Universidad de Córdoba se introdujeron los principios de la agroecología dando lugar a experiencias como la cooperativa Almocafre en Córdoba (1994). Otras iniciativas andaluzas fueron La Ortega en Sevilla (1993), El Encinar en Granada (1993), La Breva en Málaga (1995) o El

2/ Más información sobre las AMAP en: <http://www.reseau-amap.org>

“¿Cómo llegar a más gente manteniendo unos criterios de ruptura con el modelo agroalimentario actual?”

Zoco en Jaén (1995). En Catalunya, se constituyó El Brot en Reus (1987), El Rebost en Girona (1988) y Germinal en Barcelona (1993). En Pamplona se creó Landare (1992), en Valencia La Llavoreta (1993), en Euskadi Bio Alai (1993), entre otros.

La mayor parte de estas experiencias surgieron de núcleos militantes en movimientos sociales de la época, aunque hay distintas trayectorias y motivaciones tras cada una de ellas. En Andalucía, por ejemplo, se desarrollaron creando vínculos con el Sindicato de Obreros del Campo (SOC) **/3**. En esta primera oleada, varias iniciativas se constituyeron formalmente como sociedad cooperativa mientras

que otras optaron por el formato de asociación. Aunque es interesante observar como, con el tiempo, varias de estas últimas se legalizaron como cooperativa al considerar que era un modelo más adecuado a sus principios.

Una segunda oleada se produjo en los años 2000. En Catalunya se pasó de menos de diez cooperativas en el 2000 a más de noventa en la actualidad, sumando hoy en día a un total de 2880 unidades de consumo **/4**. De éstas, un 86% se encuentran en la provincia de Barcelona y un 46% en la capital catalana **/5**.

En Madrid, a finales de los años 90 se impulsaron los Grupos Autogestionados de Konsumo (GAKs) por parte de varias personas que venían de movimientos sociales y que buscaban consumir de otra manera en base los principios de la soberanía alimentaria y la agroecología, y en poco tiempo sumaron a unos seis colectivos. Poco después, en el 2000, se creó Bajo el Asfalto está la Huerta! **/6** que dio lugar a diez grupos de consumo en diferentes barrios de Madrid, sumando un total de 130 unidades de consumo, y a un grupo de producción (encargado de trabajar los terrenos del colectivo), y que inspiró otras iniciativas madrileñas como Surco a Surco.

En otros territorios donde no existían experiencias de este tipo, como en Galicia, surgieron de nuevas. En Vigo, en el 2001, se creó la cooperativa Arbore**/7**, que hoy suma 290 unidades de consumo y que ha multiplicado por diez su número de socios inicial, a la vez que ha acompañado la creación de otras iniciativas gallegas como la cooperativa A Xoaninha en Ferrol.

**3/** Ver: López García, D. (2009) “Agroecología y soberanía alimentaria: dos conceptos en movimiento”. *Pueblos*, 30, 36-38.

**4/** Las unidades de consumo son aquellos núcleos de personas que adquieren periódicamente una cesta con productos campesinos. Normalmente se trata de una familia, personas que comparten piso, etc.

**5/** Según datos de Descombes, C. (2009) *Identificació i tipologia de possibilitats de comerç en circuits curts*. En: [http://www.biotacc-project.com/Ressources/WP3\\_Transf\\_Solutions/CircuitsCourts/traduacions/Pr%E9sentation%20Charles%20Andr%E9%20Circuits%20Courts\\_CAT.pdf](http://www.biotacc-project.com/Ressources/WP3_Transf_Solutions/CircuitsCourts/traduacions/Pr%E9sentation%20Charles%20Andr%E9%20Circuits%20Courts_CAT.pdf); Vivas, E. (2009) *Grups i cooperatives de consum agroecològic a Barcelona*. En: <http://esthervivas.wordpress.com>

**6/** Más información de la cooperativa Bajo el Asfalto está la Huerta! en: <http://bah.ourproject.org>

**7/** Más información sobre la cooperativa Arbore en: <http://www.arbore.org>

A lo largo de los años 2000, aquellos grupos y cooperativas históricas vieron multiplicar sus miembros y aumentar sus socios, a la vez que fueron capaces de ofrecer una mayor variedad de productos. Germinal paso de tener un grupo a contar con cinco, principalmente en Barcelona, que suman un total de 200 unidades de consumo. Bio Alai en Vitoria tiene, según datos del 2008, 650 unidades. Landare en Pamplona vio multiplicar por cuarenta el número de socios en diecisiete años y hoy cuenta con 800 unidades familiares y calcula que unas cuatro mil personas se alimentan con productos de su tienda **/8**. Y en este período han surgido nuevos grupos en Madrid, Murcia, Catalunya, Euskadi, País Valencià, Andalucía, Illes Balears, entre muchos otros territorios.

Es importante tener en cuenta cómo, en este período, organizaciones de comercio justo con una visión global y transformadora de esta práctica **/9** empezaron a incluir en sus tiendas productos agroecológicos o a promover en sus locales grupos de consumo. Éste ha sido el caso de muchas de las organizaciones de la red del Espacio por un Comercio Justo **/10**, como la Xarxa de Consum Solidari en Barcelona que hoy cuenta con seis grupos de consumo agroecológico, Sodepaz en Madrid, A Cova da Terra en Lugo, Gira por el Desarrollo en Santander, Picu Rabicu en Xixón, entre otras. Poniendo de relieve la necesidad de “actualizar” el concepto de comercio justo Norte-Sur con una perspectiva más global de solidaridad y de justicia comercial y campesina “Norte-Norte” y “Sur-Sur” vinculada a la defensa de la soberanía alimentaria.

También debemos señalar la iniciativa ARCO (Agricultura de Responsabilidad Compartida) del sindicato campesino COAG, presentada públicamente en el 2009 pero en la que ya se venía trabajando desde el 2006, con el objetivo de promover los circuitos de cortos de comercialización (mercados de productores, grupos de consumo, cajas a domicilio, venta en explotaciones, comedores colectivos, etc.) y evitar intermediarios. La crisis en la que se encuentra el sector y las dificultades para acceder directamente a los consumidores ha llevado a los agricultores a buscar alternativas. Una experiencia que desde hace algún tiempo viene funcionando en Andalucía, Murcia, Madrid... adaptándose a la realidad de cada territorio y poniendo en contacto a campesinos con consumidores.

## Causas y razones

Pero, ¿cuáles han sido las causas de este aumento tan importante tras el año 2000 de los grupos de consumo agroecológico? Se podrían señalar dos. En primer lugar, el auge del movimiento “antiglobalización” dejó un sustrato de relaciones fértiles y de complicidades en lo local que facilitaron la creación de estos espacios, a la vez que se hizo evidente para muchos activistas la necesidad de

**8/** Ver *Diario de Navarra*, 14/06/09: <http://www2.noticiasdenavarra.com/ediciones/2009/06/14/sociedad/navarra/d14nav12.1626125.php>

**9/** Vivas, E. (2006) “Los quienes y el qué en el movimiento del comercio justo”. En X. Montagut y E. Vivas *¿A dónde va el comercio justo?*. Barcelona: Icaria.

**10/** Más información del Espacio por un Comercio Justo en: <http://www.espaciocomerciojusto.org>

vincular la lucha global con la práctica cotidiana. Esto explicaría que una nueva generación militante, muy activa en el movimiento “antiglobalización”, participara a posteriori en estas experiencias de consumo alternativo, ya fuese como usuarios o como promotores.

Un segundo elemento sería la creciente toma de conciencia del impacto negativo del actual modelo agroalimentario y sus efectos en la salud. La multiplicación de casos como las vacas locas, los pollos con dioxinas, la gripe aviar... ha hecho que cada vez más personas se preocupen acerca de cómo se ha elaborado o de dónde proviene aquello que comemos. De este modo, aunque sea a partir de una preocupación individual, más personas optan por consumir productos ecológicos.

Este aumento de los grupos y las cooperativas de consumo planteó la necesidad de establecer marcos de coordinación y de apoyo mutuo. En Andalucía se creó en 1995 la Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos y Artesanales (FACPE), que agrupa a las asociaciones y cooperativas agroecológicas históricas andaluzas (El Encinar, La Breva, La Ortiga, El Zoco, Almocafre) y algunas de más jóvenes (Serranía Ecológica en Ronda, La Borraja en Cádiz, etc)/11. La FACPE cuenta con una junta directiva, un equipo técnico y varias comisiones de trabajo y su objetivo es apoyar a las organizaciones miembros, disponer de criterios de distribución y producción propios y llevar a cabo acciones de sensibilización. Hay que tener en cuenta que la mayoría de sus miembros son asociaciones o cooperativas compuestas por productores y consumidores.

En Catalunya, en el 2005 se legalizó la Coordinadora Catalana de Organizaciones de Consumidores de Productos Ecológicos Ecoconsum, que ya venía trabajando desde hacía años, y que en la actualidad agrupa a unos veinte grupos, principalmente aquellos que llevan más tiempo funcionando y con estructuras más consolidadas /12 mientras que resulta difícil integrar aquellos más jóvenes y pequeños. Hay que tener en cuenta que en Catalunya existen unos noventa colectivos. Ecoconsum no cuenta con personas contratadas sino que se basa en el trabajo voluntario de sus miembros a través de comisiones y tan solo reúne a consumidores, ya que en Catalunya prácticamente no existen asociaciones que integren consumo y producción. Posteriormente, surgió un nuevo espacio, con el nombre de La Repera, que tenía por objetivo ser un marco de encuentro entre grupos de consumo y productores. En su primer jornada, en 2008, participaron unas 110 personas, aunque con el tiempo se ha evidenciado la dificultad por mantener este espacio como un mecanismo estable de coordinación entre consumidores y campesinos, más allá de encuentros anuales y de una buena sistematización de datos y experiencias /13.

11/ Más información de la Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos y Artesanales (FACPE) en: <http://www.facpe.org>

12/ Los miembros de Ecoconsum son Cydonia, El Brot, El Rebost, Germinal, La Manduca, Xarxa de Consum Solidari, El Cabàs, El Garrofer, El Rostoll Verd, L'Almàixera, L'Estrella, Vallgorganics, CEPA, I un rave!, Tota Cuca Viu, Userda9, El Rec, El Teixit de la Terra, Verdnedà. Más información de Ecoconsum en: <http://www.ecoconsum.org>

13/ Ver web de La Repera en: <http://repera.wordpress.com>

En Madrid existió, antes del 2005, la Coordinadora de Grupos de Consumo Agroecológico que agrupaba a una decena de colectivos, pero tensiones internas hicieron fracasar esta iniciativa. A posteriori, se constituyó la Coordinadora de Grupos de Consumo Ecológico de Madrid formada por algunos de los grupos más consolidados, unos nueve, con el objetivo de resolver asuntos logísticos y gestionar pedidos mayores, aunque muchos no participan en este espacio como los GAKs, el BAH! u otros que tienen, cada uno, marcos propios de coordinación para sus grupos miembros. También en Madrid, desde hace poco, se han intentado promover espacios de encuentro entre consumidores y productores como los encuentros de La Rehuerta.

Otras experiencias de coordinación se han llevado a cabo en Galicia, Illes Balears, Murcia... A nivel estatal, aunque ha habido intentos para impulsar una red o una coordinadora estatal, éstos no han acabado de prosperar.

## Límites y oportunidades

La multiplicación de grupos y cooperativas de consumo agroecológico plantea una serie de oportunidades, pero el desarrollo llevado a cabo hasta el momento también pone de relieve una serie de límites.

a) *“Comer bien” versus activismo político.* En muchos de los grupos de consumo encontramos, a grandes rasgos, dos sensibilidades. Por un lado, sectores interesados en “comer bien” y con poca trayectoria activista y por el otro personas que provienen de movimientos sociales y que ven los grupos de consumo como espacios políticos y de militancia. El equilibrio entre estas dos sensibilidades no es siempre fácil e implica debates a fondo sobre los principios y objetivos del grupo, a la vez que los sectores más activistas no siempre comparten unos mismos criterios, por ejemplo en relación al consumo de carne.

Pero si consideramos a los grupos de consumo como un instrumento de transformación político y social, con voluntad de oponerse a un determinado modelo de producción y distribución en manos de la industria agroalimentaria, la perspectiva de acción política colectiva es fundamental. Una opción que sólo busque el “comer bien” fácilmente puede ser cooptada por un discurso y una práctica capitalista verde. En Catalunya, por ejemplo, han surgido los supermercados Veritas que venden productos certificados como ecológicos, pero donde lo mismo da si una manzana es africana que catalana siempre y cuando esté certificada. En éstos, los criterios de proximidad, derechos laborales, etc., no distan mucho de los de la gran distribución.

Las potencialidades de esta acción política colectiva se pusieron de manifiesto, en Catalunya, en la recogida de más de cien mil firmas a favor de una Iniciativa Legislativa Popular (ILP) contra los transgénicos promovida por la Plataforma Som lo que Sembrem. Aunque ésta finalmente fue tumbada en el Parlamento Catalán en julio del 2009. Pero es fundamental concienciar a aquellos sectores menos politizados que si queremos “comer bien” esto implica necesariamente

una acción política. En el caso de los transgénicos está muy claro. Si no se prohíbe su cultivo (en el que el Estado español es abanderado en Europa cultivando incluso variedades prohibidas en otros países) habrá un día en que toda la agricultura, tanto ecológica como convencional, será transgénica, fruto de los procesos de contaminación de esta última. O paramos los transgénicos, y para hacerlo tenemos que salir a la calle, o ya podemos decir adiós al consumo ecológico.

b) *¿Una gestión y participación que nos paraliza?* Pero el día a día de buena parte de estos grupos de consumo acaba centrándose en tareas cotidianas de gestión: contabilidad, pedidos, limpieza, control de stocks..., que restan tiempo y esfuerzo a una acción y a un debate político más allá del consumo. Asimismo, la disponibilidad de tiempo que requieren provoca, por un lado, una alta rotatividad entre sus miembros, que les resta fuerza y capacidad de consolidación (muchas personas al no poder seguir el ritmo abandonan el grupo), y, por el otro lado, hace que personas o activistas, con poca disponibilidad horaria, no puedan participar.

Para dar respuesta a estos problemas, algunos grupos y cooperativas han optado por profesionalizarse y contar con personal contratado para realizar determinadas tareas de gestión, pero esto, a menudo, les ha restado implicación de una parte importante de sus socios. Aunque la participación activa en aquellos grupos que sólo cuentan con voluntarios tampoco está asegurada ni es muy elevada.

Otro elemento a tener en cuenta en el funcionamiento de estas experiencias, principalmente en las que no cuentan con personal contratado, es la gran cantidad de tiempo que requieren los procesos de toma de decisiones, con múltiples reuniones de trabajo y largas asambleas, que pueden generar frustración y parálisis en la propia organización. Si bien buscar la participación activa de la mayor parte de los miembros es fundamental para contar con organizaciones vivas y saludables, también es clave distinguir entre aquellos temas que requieren debates profundos y a largo plazo de los que tienen un carácter más bien técnico. De lo contrario, la “participación” puede quedar relegada tan sólo a quienes cuentan con más tiempo y disponibilidad y acabar excluyendo a una parte importante de los socios.

c) *La cooperativa como fin o como instrumento.* También es necesario reflexionar acerca del valor estratégico que algunos de sus miembros dan a estos grupos como instrumento de transformación. Aunque estas experiencias tienen un valor simbólico importante, demostrando que es posible llevar a cabo otro modelo de consumo, éstas no pueden ser un fin en si mismas y no podemos considerar que su mera generalización nos conducirá a un cambio de modelo y de sociedad. La realidad en que vivimos requiere de cambios profundos en multitud de ámbitos.

Las cooperativas y los grupos de consumo son una pieza más de un complejo engranaje para transformar el actual modelo político, económico y social. Éstas tienen que aliarse con otros actores sociales (campesinos, trabajadores, mujeres, ecologistas, ganaderos, pescadores...) para cambiar el actual modelo

agroalimentario, pero a la vez deben de ir más allá y unirse a otros colectivos, participar en otros espacios (foros sociales, contra-cumbres, campañas contra la crisis, plataformas amplias...) para colectivamente conseguir anteponer un paradigma político que ponga en su centro a las personas y al planeta.

La lógica capitalista que impera en el actual modelo agrícola y alimentario es la misma que afecta a otros ámbitos de nuestras vidas: la privatización de los servicios públicos, la especulación con el territorio y la vivienda, la deslocalización empresarial, la precariedad laboral, etc. Cambiar este sistema agroalimentario implica un cambio radical de paradigma y la crisis múltiple del capitalismo en la que estamos inmersos (financiera, climática, social, política, alimentaria, energética) lo pone claramente de manifiesto.

*d) Una relación igualitaria entre consumidor y campesinado.* Hay que señalar también qué tipo de relaciones se establecen entre consumidores y campesinos/productores y qué intereses tienen unos y otros. Del mismo modo que hay que rechazar una relación puramente mercantil entre ambos, no es positivo tampoco caer en una mistificación de la práctica campesina ni de aquellos que la ejercen. Los grupos y cooperativas de consumo tienen unas necesidades específicas de consumo (rutinas en su funcionamiento, oferta amplia, calidad de los productos...) que a veces pueden no casar con los del campesinado (producción limitada, varios clientes, rutas de reparto...). Debemos de considerar estas “tensiones” como naturales entre actores que juegan roles distintos. Los consumidores tienen que ser conscientes que consumir de “otro modo” implica adaptarse a las características de un determinado modelo de producción agroecológica y los campesinos tienen que aceptar unas rutinas y prácticas organizativas. Lo que es fundamental es que estas relaciones se establezcan de igual a igual, en base a la confianza y el conocimiento mutuo, rompiendo con una práctica y una lógica mercantil.

*e) Crecer, ser viables y mantener unos principios.* Uno de los retos actuales de los grupos y cooperativas de consumo es cómo llegar a más gente pero manteniendo unos principios ideológicos claros. Varios son los problemas que se plantean. Por un lado, el considerable aumento de estas experiencias, por ejemplo, en Catalunya ha generado algunos problemas de suministro. La demanda crece pero el porcentaje de personas que trabajan en el campo, y desde una perspectiva agroecológica, no lo hace al mismo ritmo. El Estado español es uno de los países con más producción ecológica de Europa, pero la mayoría de ésta se destina a la exportación. Además, asistimos a una creciente descampesinización del mundo rural, el empobrecimiento del campesinado es cada vez mayor, situación que deja nuestras necesidades alimenticias en manos de la industria. Sin un mundo rural vivo, nuestra seguridad alimentaria está gravemente amenazada. Es fundamental una perspectiva de solidaridad campo-ciudad.

Por otro lado, ¿cómo llegar a más gente manteniendo unos criterios de ruptura con el modelo agroalimentario actual? Varios son los grupos y las cooperativas de consumo que dicen no querer crecer y mantenerse en un número determinado de miembros que permita su viabilidad. Pero, si queremos cambiar el actual orden de cosas es fundamental llegar a más gente. ¿Cómo hacerlo? Es aquí donde se plantean opciones y debates como la contratación de personal que realice algunas tareas logísticas. Para algunos, esto significa no respetar el modelo, para otros la única manera de ir más allá. Lo que es importante es que, de un modo u otro, se mantengan unos determinados criterios políticos vinculados a la soberanía alimentaria y a la agroecología. Un grupo de consumo que sólo funcione con personas voluntarias no es inmune a adoptar criterios de compra totalmente laxos en lo que respecta a los principios agroecológicos y una experiencia profesional puede funcionar con unos criterios políticos muy claros y además insertarse en el marco de la economía cooperativa y solidaria, reivindicando que otra economía y que otra práctica comercial es posible, como pasa con experiencias como Arbore en Galicia o la Xarxa de Consum Solidari en Catalunya, por citar algunas.

Otro elemento a tener en cuenta al analizar el auge de estas experiencias es la capacidad de coordinación entre las mismas. En los territorios con un mayor número de grupos y cooperativas de consumo se han consolidado coordinadoras y federaciones que cumplen este papel, pero que, mayoritariamente, sólo reúnen a una parte de estas iniciativas, mientras que muchas otras quedan fuera. El gran reto está en hacer que estos instrumentos de coordinación sean realmente útiles.

Asimismo, tenemos que plantearnos de qué marcos nos dotamos para una mayor coordinación entre los grupos de consumo y otros actores que trabajan en la misma dirección. Algunas cooperativas ya incluyen a consumidores y a productores, pero muchas otras no. Para mejorar el contacto entre ambos, se están lanzando iniciativas que permitan coordinar a aquellos que consumen con quienes trabajan la tierra. Se trata de experiencias como La Repera en Catalunya o La Rehuerta en Madrid.

En un sentido más amplio existe Plataforma Rural <sup>14</sup>, un espacio donde se encuentran organizaciones campesinas, ecologistas, ONGs, cristianos de base, consumidores, comercio justo... con el objetivo de trabajar por un mundo rural vivo y que en encuentros celebrados cada dos años acuerdan líneas de trabajo y acciones a favor de la soberanía alimentaria, contra los transgénicos, de denuncia de la Política Agrícola Comunitaria (PAC), etc.

Precisamente, en el último encuentro, en el 6º Foro por un Mundo Rural Vivo, en Andorra (Teruel) se aprobó lanzar un proceso de construcción de redes a favor de la soberanía alimentaria desde lo local, que se le ha llamado Alianza por la Soberanía Alimentaria de los Pueblos. Y es aquí donde campesinos y consumidores tienen mucho que decir, junto con otros actores. Este proceso ya está en marcha en varios territorios (Madrid, Andalucía, Galicia, País Valencià, Euskadi,

<sup>14</sup> Más información de Plataforma Rural en: <http://www.nodo50.org/plataformarural>

Catalunya, Castilla-La Mancha...) y puede ser una muy buena oportunidad para fortalecer alianzas e ir más allá en la defensa de la soberanía alimentaria aunando a varios colectivos y creando redes con otras campañas y plataformas.

La alimentación es algo que nos atañe a todos. Pero “comer bien” implica cambiar el actual modelo agroalimentario industrial y para hacerlo hay una premisa imprescindible: cambiar el sistema.

**Esther Vivas** es coautora de los libros *Del campo al plato* (Icaria editorial, 2009) y *Supermercados, no gracias* (Icaria editorial, 2007), militante de Izquierda Anticapitalista y miembro de la redacción de *VIENTO SUR*. [www.esthervivas.wordpress.com](http://www.esthervivas.wordpress.com)



## 6. Otra vida es posible

# Autoorganización obrera en el Metro de Buenos Aires

Eduardo Lucita

La crisis del 2001 convirtió a la Argentina en un verdadero laboratorio de experiencias sociales. “Piqueteros” y emprendimientos productivos; fábricas recuperadas y gestión obrera; asambleas barriales y recuperación de espacios públicos y culturales.

La convergencia de estas experiencias alumbró verdaderos organismos de debate y deliberación y le dio a la coyuntura un carácter excepcional, sin precedentes en el país. Tanto por la profundidad y alcances de la crisis –económica/social/política– como por la dinámica –autogestiva autoorganizativa– que el movimiento social fue imponiendo. La potencialidad desplegada en esos días parecía señalar con angustia y esperanza algo todavía vigente: si “Otro mundo es posible”, “Otra Argentina es necesaria” <sup>1/</sup>.

Pero hay que decir que esa excepcionalidad tenía también otro rasgo distintivo, la ausencia de un sujeto determinante: los trabajadores ocupados, organizados como tales, salvo excepciones no se hicieron presentes. No hay espacio en este artículo para desarrollar las razones de esta ausencia, sólo nos interesa como marco de referencia.

<sup>1/</sup> He desarrollado ampliamente estas cuestiones en mis artículos “Protesta social: viejas y nuevas formas de lucha” y “Que venga lo que nunca ha sido” en *Revista Cuadernos del Sur*, 32 y 33, Buenos Aires, noviembre 2001 y mayo 2002.