

Ponencia presentada en el
II CONGRESO ESPAÑOL DE SOCIOLOGIA DE LA ALIMENTACION
Facultad de Farmacia, Vitoria-Gasteiz
14-15 de julio 2011

**Las fronteras de una alimentación alternativa: explorando los límites del movimiento
alimentario transformador en Cataluña**

Marina Di Masso Tarditti

Universidad Autónoma de Barcelona (*Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals, ICTA y Grup de
Recerca en Agricultura, Ramaderia i Alimentació en la Globalització, ARAGUAB*)

Marina.dimasso@uab.cat

Resumen

El sistema agroalimentario dominante (SAA), basado en la producción masiva de alimentos para un mercado internacional, ha generado en las últimas décadas una serie de impactos cada vez más insostenibles sobre el medio ambiente, la salud o el incremento de desigualdades Norte/Sur. Ello ha motivado que diversas instituciones (desde la FAO o la UE hasta gobiernos autonómicos o locales) y grupos sociales (desde asociaciones de consumidores, ONGs u organizaciones campesinas) intenten promover un cambio de orientación en el modelo agroalimentario con el objetivo básico de pasar del paradigma de la *cantidad* al de la *calidad*. En la presente comunicación se analizan las diferentes formas que han adoptado estas acciones por la calidad alimentaria y en qué medida se trata de alternativas reales al funcionamiento del SAA convencional y, por tanto, generan un modelo más sostenible en términos ambientales y sociales. El caso de Cataluña muestra que, por un lado, existe un conjunto de estrategias (como las denominaciones de origen, las menciones geográficas de calidad, etc.), normalmente impulsadas y/o tuteladas por administraciones públicas, que apenas cuestionan los déficits de sostenibilidad del SAA; mientras que por otro lado existen numerosas experiencias alternativas, habitualmente impulsadas por movimientos sociales, que conllevan una crítica más profunda del SAA y suponen un mayor grado de transformación social y política. Estas experiencias alternativas en Cataluña se basan en el marco conceptual de la agroecología y la soberanía alimentaria, y en la promoción de canales cortos de distribución y un consumo reflexivo organizado. Todo parece indicar que, aunque todavía son experiencias marginales en términos cuantitativos, tienen un gran potencial en la generación de redes alimentarias alternativas fuertes, con vocación de cambio y con la acción colectiva como uno de sus atributos característicos. No obstante, los indicios disponibles apuntan a que los actores que las

promueven todavía no tienen una agenda política sólidamente compartida ni han construido redes alternativas suficientemente consolidadas. Nuestra investigación en curso está permitiendo identificar algunas de las discrepancias conceptuales entre los actores así como los principales factores que obstaculizan la consolidación de estas redes alternativas.

Palabras clave: Redes alimentarias alternativas, calidad, movimiento agroalimentario transformador en Cataluña, soberanía alimentaria

0. Introducción

La literatura especializada aglutina bajo el término redes alimentarias alternativas (RAA) (*alternative food networks*) una diversidad de prácticas agroalimentarias que se denominan alternativas porque en algún aspecto de su producción, distribución y/o consumo se distinguen del sistema agroalimentario dominante (intensivo, industrializado, desterritorializado). Se trata de iniciativas diversas, más o menos institucionalizadas, más o menos críticas con el sistema convencional: menciones o figuras geográficas de calidad, certificación privada de alimentos, alimentos ecológicos, agricultura comunitaria, cestas de verduras, mercados campesinos, venta directa, abastecimiento local a instituciones públicas, promoción directa de alimentos locales, huertos urbanos, comercio justo y dietas ligadas al estilo de vida (Sánchez, 2009). Se ha señalado que estas redes emergentes tienen en común el que señalan un alejamiento del SAA convencional industrializado hacia un régimen agroalimentario relocalizado (Sonnino y Marsden, 2006). Esta relocalización conlleva una reconexión (entre producción y consumo), una redefinición (de esquemas y valores) y una redistribución (del valor añadido) (Sánchez, 2009). Así concebido, este nuevo régimen estaría asociado a las nociones de calidad y localidad bajo el paraguas del término inglés *embeddedness*. Este concepto captura una dinámica de re-arraigo de los alimentos en su contexto natural y social que abriga y fomenta relaciones de proximidad y conectividad (Holloway y Kneafsey, 2004). La confianza, el lugar y este arraigo social y territorial son algunos de los elementos clave desplegados para comprender el actual ‘giro hacia la calidad’ (*quality turn*) en las prácticas agroalimentarias (Goodman, 2003).

Como ejemplo de lo que se ha considerado ‘geografías optimistas de intercambio’ (Hughes, 2005) las RAA suponen una rearticulación de los ámbitos productivo y de consumo, y la revalorización (o consideración de nuevos criterios) de las nociones de calidad y confianza. Sin embargo, desde un restringido enfoque dualista, lo alternativo así concebido por oposición al término convencional adolece de cierta inconcreción que es relevante abordar. Efectivamente, diferentes experiencias y proyectos que se consideran y/o autodenominan alternativos tomados en conjunto suponen visiones de (mejores) sistemas agroalimentarios posibles (Holloway et al., 2007). Pero más allá de esta

inconcreta definición como rasgo común, las RAA albergan un crisol de iniciativas, diversas no sólo a nivel operativo sino también estratégico. Por estratégico queremos decir que no necesariamente comparten los mismos objetivos, y, por ello, algunas supondrán una disruptiva oposición directa a las estructuras dominantes y otras no (o no explícitamente). Cabe señalar, además, que las fronteras entre lo convencional y lo alternativo son cambiantes, de modo que no es infrecuente que se dé una dinámica de convencionalización a través de la cual prácticas inicialmente concebidas como alternativas sean posteriormente absorbidas por el sistema dominante. El despliegue de estrategias empresariales de diferenciación y la explotación de nuevos nichos de mercado hacen que encontremos productos ecológicos y de comercio justo, por ejemplo, en los estantes de la gran distribución. Así absorbidas, determinadas prácticas ven limitado su potencial transformador por estar directamente conectadas con los canales de comercialización convencionales.

En un ejercicio de simplificación operativa de lo que en realidad es una diversidad analítica más compleja, Goodman (2003) distingue entre una literatura norteamericana que pone mayor énfasis en las RAA como nuevas estructuras organizativas portadoras de un potencial de transformación política y una literatura europea que más bien las concibe como ejemplos de un modelo institucional de desarrollo rural alternativo. En el primer caso lo alternativo sugiere un movimiento de oposición al SAA dominante, en el segundo implica una perspectiva de desarrollo endógeno que pivota sobre la idea de localidad. De manera análoga, se puede distinguir entre redes alimentarias débiles, que giran alrededor del producto y se centran en aspectos de protección del medio y la calidad del producto alimentario, y redes alimentarias fuertes, centradas en el proceso y, en consecuencia más inclusivas¹. Según la perspectiva teórica que se asuma, las nociones de alternativo y calidad, entre otras, serán concebidas de manera distinta. En estas líneas entenderemos la alimentación como un acto político y determinadas RAA como una herramienta de transformación de las relaciones de poder en el sistema agroalimentario. Desde esta premisa, pretendemos contextualizar la conceptualización de las RAA en Cataluña, para analizar el alcance alternativo de distintas redes existentes, entendiendo este alcance como potencial de oposición a (y transformación de) las estructuras agroalimentarias dominantes.

1. La cuestión (y el cuestionamiento) de la calidad: la calidad etiquetada

En las sociedades industrializadas se habla de ‘gastroanomia’ y ‘dieta posmoderna’ o ‘flexible’ (Atkins y Bowler, 2001, citado en Sánchez, 2009) para caracterizar un contexto plural y cambiante

¹ Al incorporar otros aspectos como los estándares laborales, el bienestar animal, el concepto de comunidad rural o la escala de las explotaciones (BIOTACC, 2009).

de actitudes hacia el consumo de alimentos motivadas por una inquietud compartida por la calidad de los alimentos consumidos. Desde el punto de vista de las personas consumidoras motivaciones diversas han influido en la construcción de una aproximación crítica al consumo de alimentos, desde la preocupación individual por los riesgos para la salud asociados a la producción intensiva de alimentos, hasta la crítica estructural al SAA dominante y al propio sistema capitalista, pasando por cuestiones ambientales de cuidado del entorno o reservas éticas relacionadas con el bienestar animal. Haciendo un paralelismo con el fenómeno de desafección democrática que describe el desgaste de las formas tradicionales de hacer política, Calle, Soler y Vara (2009) hablan de desafección alimentaria para describir la generalización de una percepción social negativa del SAA globalizado y de las instituciones públicas encargadas de intervenir en él. Este cuestionamiento de los sistemas de producción intensivos y estandarizados acrecienta la insatisfacción de las personas consumidoras e incrementa la demanda de una producción de calidad, procedente tanto de la agricultura alternativa como de los sectores comerciales (Gilg y Battershill, 1998).

Tradicionalmente se establece que la asignación de una calidad distintiva a un alimento puede darse por varios medios (Ilbery et al., 2005, citado en Sánchez, 2009): su propia naturaleza (composición, valor nutricional, propiedades organolépticas), su proceso de elaboración y distribución (tradicional, sostenible, justo, corporativo, independiente, directo) o su procedencia geográfica (que le confiere una identidad diferenciada y ligada a las cualidades del territorio) son criterios generales de diferenciación positiva. La diferencia es construida distintos actores de la cadena agroalimentaria combinando estos atributos de ‘producto, proceso y lugar’ (esquema PPP por sus siglas en inglés) como ingredientes principales (Ilbery et al., 2005). Estos argumentos fundamentarían la construcción de lo alternativo y se entendería que los productos encajados en este esquema tienen un plus de calidad. Pero en tanto que construido, subjetivo y contextual (Mansfield, 2003, citado en Sánchez, 2009), la calidad es un concepto escurridizo que es (re)definido de manera distinta obedeciendo a distintos factores y actores. Por ello, la definición del concepto no es una cuestión puramente de interés terminológico (qué es lo alternativo en una RAA, cuál es el potencial interpretativo del término), sino que en función de cómo se construya y entienda tendrá un impacto distinto en el sistema agroalimentario dominante.

1.1. Menciones geográficas de calidad: lo alternativo como no anónimo

En el extremo productivo de la cadena agroalimentaria la diferencia suele construirse de distintas maneras: entre la calidad de productos específicos y productos convencionales, entre el anonimato geográfico y la especificidad territorial, o entre distintos modos de producción. Las denominaciones

de origen y los productos ecológicos son las figuras de calidad que, respectivamente, han recibido más atención por parte de la administración.

El intento por conectar producto y lugar con el objetivo de añadir valor a los productos agrarios es uno de los rasgos dominantes de las RAA, particularmente en Europa (Maye, Kneafsey y Halloway, 2007: 5). La particularidad y el valor añadido de estas alternativas de producto y lugar es el vínculo con el territorio, el concepto de localidad. Las etiquetas de origen tienen el potencial de reconectar la producción a los aspectos sociales, culturales y ambientales de lugares particulares, distinguiéndolos de bienes anónimos producidos en masa. En cierto modo desafían al SAA convencional porque suponen una reterritorialización del producto, abriendo la posibilidad de una incrementada responsabilidad para con el lugar (Barham, 2003). Este nexo explícito con el lugar de procedencia es, en principio², contrario a la desterritorialización que caracteriza la producción industrial de alimentos.

La normativa europea de protección más antigua se remonta a 1970 y se ceñía exclusivamente a los productos vinícolas. Más adelante la UE extiende esta protección al resto de productos agroalimentarios mediante la creación en 1992 de los sistemas conocidos como Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) (Galdós, 2004)³. En el caso español existe una larga tradición de promoción y protección de la calidad de los productos agroalimentarios (Galdós, 2004). En Cataluña, el *Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural* impulsa actividades de elaboración de alimentos explícitamente apoyadas sobre el binomio calidad-territorio (DARP, 2006) y tiene diversos distintivos de origen y de calidad alimentaria⁴. Determinadas particularidades asociadas a su lugar de producción o a alguna característica del proceso de elaboración diferencian estos productos de aquellos convencionales aportándoles un valor añadido. A nivel institucional existen también en Cataluña otro tipo de certificaciones de calidad que no

² Veremos más adelante cómo esta reterritorialización es cuestionable si consideramos la fase de distribución de los productos.

³ La DOP designa la denominación de un producto cuya producción, transformación y elaboración deben tener lugar en una zona geográfica determinada, con una especialización reconocida y comprobada. La IGP indica el vínculo con el territorio en, al menos, una de las fases de producción, transformación o elaboración. La ETG no hace referencia al origen (no está ligada al territorio), sino que tiene por objeto destacar una composición tradicional del producto.

⁴ Denominaciones de origen de vinos (11), IGP (7), marca Q (propia de la Generalitat) (8), DOP (8), ETG (2) y denominaciones geográficas (1).

<http://www20.gencat.cat/portal/site/DAR/menuitem.6c3099a4b8b9f53053b88e10b031e1a0/?vgnextoid=dc4b35f14ca34110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=dc4b35f14ca34110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD> (último acceso 10.03.2011)

pasan por el origen geográfico de los alimentos. Es el caso de la producción ecológica, la producción integrada y la artesanía alimentaria, cada una con un sello propio⁵.

1.2. Producción ecológica: lo alternativo como amigo del entorno

El Libro Blanco de la Producción Agroalimentaria Ecológica (LBPAE) en Cataluña define la producción ecológica como “un sistema de producción encaminado a la obtención de alimentos de elevada calidad nutritiva y organoléptica mediante la aplicación de métodos productivos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente y el entorno rural, sometidos a un estricto sistema de control y certificación” (DARP, 2006). De forma genérica, los pilares básicos de la agricultura ecológica⁶ en relación con la minimización de los impactos que numerosas sustancias y procesos de la agricultura convencional ocasionan sobre los recursos naturales y los seres vivos son el aporte de materia orgánica y la no utilización de plaguicidas químicos. Desde esta perspectiva técnica la agricultura ecológica se distingue de la convencional, de la que es una alternativa productiva, en que es una práctica agronómica benévola con el entorno y no expoliadora de los recursos naturales. A diferencia de las menciones geográficas, es el interés explícito por el cuidado del entorno (Ilbery et al., 2005) el atributo que otorga un plus de calidad a los productos ecológicos. Desde un enfoque ceñido al producto, la minimización de externalidades en su fase productiva es lo que distingue a estos alimentos de sus pares convencionales, aquí radica su alternatividad.

En el caso español, la evolución de la agricultura ecológica es lenta hasta 1995 pero en 1996 se produce un importante salto cualitativo⁷. En parte gracias a las ayudas agroambientales de la UE, la agricultura ecológica creció de una manera espectacular entre 1995 y 2003, una dinámica que se rompe a partir de 2004, tal y como sucede en el conjunto de la UE (DARP, 2006). Cataluña fue líder durante los primeros años de desarrollo de la producción agraria ecológica en España, tanto por superficie como por número de empresas elaboradoras. Sin embargo, la superficies ecológica en Cataluña han ido retrocediendo posiciones desde esa posición de predominio inicial y actualmente suponen únicamente el 7% de la superficie ecológica total en España⁸ (DARP, 2006). Hasta la fecha, el apoyo a la producción ecológica por parte de la administración ha sido escaso,

⁵ Por razones de espacio y por la mayor relevancia de la producción ecológica respecto a los otros dos tipos de producción aquí nos centraremos en esta última.

⁶ Según los criterios de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Ecológica - IFOAM (www.ifoam.org).

⁷ Al multiplicarse por cuatro la superficie inscrita gracias a un crecimiento muy importante en Castilla y León, Extremadura y Andalucía (LBPAE).

⁸ En 2008 la superficie con manejo ecológico en Cataluña era de 42.569 hectáreas (según datos del CCPAE).

particularmente en los ámbitos de distribución, comercialización y consumo⁹. Las pocas ayudas disponibles se han dirigido sobre todo a incentivar la producción, lo que ha permitido un incremento del sector primario, que después no ha encontrado los canales adecuados de comercialización (DARP, 2006). El *Consell Català de la Producció Agrària Ecològica* (CCPAE) es el organismo público de control y certificación de los productos agrarios y alimentarios ecológicos. El sello se otorga de acuerdo a una serie de normas técnicas que se refieren estrictamente al proceso productivo.

Las primeras iniciativas de agricultura ecológica se producen en Cataluña durante la década de los 70, a partir de pequeños grupos naturistas y vegetarianos catalanes que establecieron contactos con el movimiento francés de agricultura ecológica. Actualmente el sector ecológico es más diverso de lo que era en sus inicios y, junto con productoras y productores más concienciados, conviven otras personas que llegan al sector desde una óptica más profesional buscando una alternativa a la constante crisis del sector agrario convencional. También aterrizan en este sector empresarios que ven una oportunidad de negocio y diferenciación dentro de un mundo cada vez más competitivo y globalizado (DARP, 2006). En sus inicios, el movimiento de agricultura ecológica era un movimiento ideológico, gestado en respuesta a las disfuncionalidades de la modernización agraria y al patrón de consumo de la sociedad occidental. Pero a pesar de estos orígenes críticos con la agricultura moderna y reivindicativos de otro tipo de relaciones entre personas y naturaleza, la actual deriva de la agricultura ecológica hacia la plena integración en el entramado capitalista (Tendero, 2011) aleja esta práctica de su inicial motivación transformadora.

1.3. La calidad cuestionada: la convencionalización de lo alternativo

Desde un restringido enfoque centrado en el producto, ni los alimentos con mención geográfica ni la producción ecológica desarrollan todo su potencial alternativo. Si no van acompañados de alternativas de comercialización y consumo, estos productos de calidad sólo generan cambios superficiales. Es necesario adoptar un enfoque de proceso e incorporar el elemento de control sobre la fase de distribución para concebir las categorías clásicas de la alimentación alternativa (Sánchez, 2009) como herramientas de transformación integral del SAA convencional. La aceptación comercial de estos productos es un reflejo de su popularización al tiempo que pone en entredicho su alcance alternativo. Los factores que contribuyen a su difusión son los mismos que recortan este

⁹ Cabe mencionar la excepción del fomento de comedores escolares ecológicos a través de una Mesa sectorial, y como línea de acción del Plan de Acción para la Alimentación y la Agricultura Ecológicas 2008-2012. Ver DAAAR, 2010.

alcance: la penetración de la agroindustria en el entramado productivo y la canalización de una parte creciente de sus ventas a través de la gran distribución. Independientemente de su origen geográfico y su modo de producción, cuando un producto es comercializado a través de los circuitos convencionales está por ello reproduciendo dinámicas de verticalización, concentración y desplazamiento del valor añadido en la cadena alimentaria hacia el sector de la gran distribución, contribuyendo al desequilibrio de poder característico del SAA convencional.

La reterritorialización es efectivamente un factor distintivo (en positivo) de los alimentos con certificación de origen geográfico respecto a los alimentos convencionales. Sin embargo, es relevante y pertinente destacar aquí la diferencia entre alimentos locales y alimentos localizados (Mauleón y Rivera-Ferre, 2009). Los primeros se consumen en el entorno donde se producen, mientras que los segundos, típicamente los productos con mención geográfica, pueden ser consumidos en cualquier punto del planeta. Aun reivindicada como factor de distinción, la reterritorialización no necesariamente supone desviarse del sistema dominante. Su localización geográfica no implica, efectivamente, que los alimentos con certificación de origen no sean distribuidos a través de los canales convencionales para ser consumidos a miles de kilómetros de distancia de su punto de producción. Formando parte de los llamados alimentos kilométricos (*food miles*) podría objetarse la alternatividad (e incluso la calidad) de los productos con certificación de origen desde una perspectiva crítica que reivindique la sostenibilidad integral del SAA en todas sus fases. Igualmente, un producto ecológico puede verse cuestionado como pieza de una red agroalimentaria alternativa si también se distribuye como alimento kilométrico. Un angosto enfoque de producto, entonces, coloca los productos con mención geográfica y los productos ecológicos como piezas de RAA débiles. Como elementos de estas redes, estos alimentos no incitan a reflexionar sobre aspectos del SAA más allá de la dimensión estrictamente productiva, como la relación entre personas productoras y personas consumidoras o la estructura política, económica y social que condiciona esta relación (Di Masso, 2009). Intercambiados a través de la gran distribución, no sólo no desafían el (des)equilibrio de poder entre agentes del sistema, sino que representan incluso posibilidades de mayores beneficios para los ya ganadores.

La convencionalización de la producción ecológica es un hecho en España. En este proceso la producción ecológica se convierte en un nicho de mercado que aparece unida a una agricultura y ganadería de sustitución de insumos (Rosset, 1997, citado en Soler y Calle, 2010). Aunque el aprovechamiento de este nicho de mercado emergente sea una estrategia reciente, datos del MAPA (2010) señalan hacia una fuerte concentración de la venta de productos ecológicos en

supermercados o hipermercados convencionales¹⁰. Estas grandes superficies comerciales ofertan, además de los productos convencionales, una selección de productos de agricultura ecológica. Solamente incorporan aquellos productos ecológicos más baratos, limitándose a unos pocos productos que así resultan rentables (Joensen, 2003), y normalmente estos productos pertenecen a la gama ecológica de grandes marcas del sector agroalimentario (BIOTACC, 2009)¹¹. En Cataluña la propia administración reconoce los problemas asociados a la convencionalización del sector ecológico. En el LBPAE puede leerse que “la incorporación de las grandes empresas agroalimentarias en el negocio de los productos ecológicos (...) puede convertirse también en un riesgo para el pequeño productor y/o elaborador. Priorizar los intereses de la gran distribución puede poner en peligro el modelo productivo agroecológico buscando variedades uniformes, primando características necesarias para circuitos largos de comercialización, presionando a la baja las normas de certificación y presionando a los productores en cuanto a condiciones de producción (precios bajos y términos de pago) y a la imagen de los productos (imponiéndoles sus propias marcas)” (DARP, 2006: 197). En el marco de esta dinámica de convencionalización ha aparecido recientemente en Cataluña un nuevo actor: los supermercados ecológicos. Su estrategia va dirigida a consumidores con un poder adquisitivo medio-alto, y su capacidad de oferta es muy superior a la de las tiendas especializadas (entre 2500 y 4000 productos) (Joensen, 2003, citado en BIOTACC, 2009). La principal cadena de supermercados ecológicos en Cataluña es Veritas¹², cuyos productos son de origen español e importados al 50% (BIOTACC, 2009). Sea en supermercados convencionales o ecológicos, si la producción ecológica se comercializa a través de los canales mayoritarios simplemente estará ofertando una alternativa de consumo individual, pero no estará desafiando las estructuras convencionales ni a nivel productivo ni de comercialización (Di Masso, 2009).

2. Cruzando la frontera convencional: calidad ampliada y soberanía alimentaria

“Producción agroecológica y local, que haya simbiosis entre ecosistema y productor, ahí aparece la calidad, en la interacción positiva”

“También es calidad que el consumirlo implique en apoyo a una determinada economía y desarrollo humano sostenible y con unos valores justos y respetuosos con las personas y con el medio”

“Yo creo que la calidad de la que hablamos nosotros le añade otros valores que no se pueden medir”

¹⁰ Un supermercado es una superficie comercial de autoservicio de entre 400 y 2500 m². Los hipermercados son aquellos establecimientos que superan este tamaño (BIOTACC).

¹¹ Carrefour, Eroski, Alcampo, El Corte Inglés, Mercadona y LiDL son ejemplos de supermercados que han incorporado productos ecológicos a sus góndolas.

¹² La cadena tuvo en 2008 una facturación anual de 14 millones de euros y se calcula que habitualmente unas 40000 familias compran algún producto en sus establecimientos (en Cataluña la cadena tiene 10).

En un contexto en el que el término calidad es crecientemente capitalizado por el SAA dominante, el atributo de la calidad se va vaciando de contenido y resulta insuficiente para explicar otro conjunto de alternativas que cuestionan el SAA en todas sus dimensiones y tienden hacia un cambio más profundo. La demanda de una mayor calidad por parte de las personas consumidoras puede ser (y de hecho es) capitalizada por el SAA convencional, de modo que el contexto de gastroanomia descrito al principio de esta comunicación se traduce en una diversificación de nichos de mercado que busca dar respuesta a ese panorama complejo y cambiante y a la demanda de una mayor calidad de los alimentos. Tradicionalmente los supermercados han establecido sus propios estándares de producción para dar respuesta a esta demanda, visibilizada en la creación de certificaciones varias. Como ejemplo destacado, en 1997 se crea EuropeG.A.P., un consorcio de minoristas privados, servicios alimentarios, fabricantes y otras industrias agroalimentarias, con el objetivo de desarrollar estándares para facilitar el suministro de productos a nivel global. Hoy rebautizada GlobalG.A.P.¹³, esta organización persigue la creación de estándares comunes “para todo desde fruta hasta pescado hasta flores” (Friedmann y McNair, 2008:414). Más recientemente, procesadoras y supermercados vienen desarrollando estrategias de marketing que recurren a un imaginario colectivo que asocia de manera vaga pero eficaz ideas de naturalidad y ruralidad a una mayor calidad y seguridad alimentarias. El uso de ciertos términos (‘natural’, ‘tradicional’, ‘sano’) en mensajes publicitarios y embalajes apela a ese imaginario que, indirectamente, nos sugiere una sensación de menor artificialidad y mayor autenticidad. En realidad, la mayoría de las veces estos productos no se distinguen de sus pares convencionales industrializados y procesados más que en la imagen que los identifica y promociona. Este uso de asociaciones populares del tipo descrito por parte de la gran distribución no sólo juega en contra de otros actores menores que deseen explotar la calidad como reclamo para el sector consumo, sino que desvirtúa la noción de calidad a los ojos de aquellas personas que abogan por una transformación del SAA.

Las citas del principio de esta sección son extractos de entrevistas mantenidas con personas que forman parte del movimiento agroalimentario transformador en Cataluña¹⁴. Todas las frases hacen referencia a dimensiones más allá de aproximaciones al concepto como las presentadas en la sección precedente, centradas en discutibles concepciones de localidad y sostenibilidad. Una noción ampliada de calidad puede ser la llave que abra la puerta a la construcción de RAA fuertes. Criterios de sostenibilidad ecológica pero también de justicia social, una co-evolución entre los sistemas

¹³ GlobalG.A.P. se define en su web (<http://www.globalgap.org>) como un organismo del sector privado que establece estándares voluntarios para la certificación de procesos productivos para productos agrarios a nivel mundial y que se ha establecido como “una referencia clave para las Buenas Prácticas Agrícolas” (G.A.P. por sus siglas en inglés) en el mercado global.

¹⁴ Usamos esta etiqueta para referirnos a todas aquellas experiencias, proyectos, personas y grupos que se organizan para defender un modelo agroalimentario alternativo al dominante, desde una perspectiva de crítica integral al sistema y con vocación de cambio estructural.

agronómicos y humanos, e incluso valores intangibles como una cultura del cuidado (del entorno, de la otra persona) son elementos que se incorporan a la definición de calidad para describir un escenario agroalimentario de futuro sostenible en tanto que justo. Este escenario es reivindicado por RAA fuertes, que tienen una vocación de transformación estructural en la medida en que persiguen alterar el equilibrio de poder de las estructuras alimentarias convencionales. Estas redes transformadoras proponen nuevos canales y nuevas formas de relación entre personas productoras y consumidoras y representan nuevas formas de participación y acción social (Calle y Gallar, 2010) en el ámbito alimentario. Como pieza de un modelo de desarrollo insostenible e injusto ecológica y socialmente, la crítica al SAA dominante es construida por estas redes con el referente político de la soberanía alimentaria.

2.1 Circuitos cortos y agroecología: la alternativa agroalimentaria transformadora en Cataluña

Un medio ambiente sano, una alimentación justa y apropiada y unas formas de gestión que respondan a relaciones de cooperación y horizontalidad para la equidad social son algunas de las pautas sobre las que se asientan los nuevos movimientos globales agroalimentarios (Calle y Gallar, 2010). A nivel global también Holt-Giménez describe un movimiento alimentario que se perfila contra el régimen alimentario corporativo, y que tiene una versión de transición, menos disruptiva, y una más transformadora: “En tanto que la tendencia por una transición se centra en localizar la producción y en mejorar los aspectos de distribución de los sistemas alimentarios, la tendencia transformadora dirige su energía hacia los cambios estructurales y el logro de condiciones favorables a sistemas alimentarios más equitativos y sostenibles” (2009: 75).

A nivel local, experiencias que se basan en la agroecología (Ae) y los canales cortos de comercialización (CCC) articulan RAA fuertes a través de la acción colectiva, siendo ésta, a diferencia de las redes alimentarias descritas en los apartados precedentes, uno de sus atributos característicos¹⁵. En el extremo del consumo, la desafección alimentaria está impulsando la creación de redes que tienen como objeto reconectar la producción y el consumo alimentario de forma más directa y bajo nuevos criterios de calidad y mecanismos de confianza (Soler y Calle, 2010). Por parte de la producción, ante una realidad de creciente concentración del poder en manos de la gran distribución, los canales cortos son una valiosa alternativa para que la pequeña producción pueda dar salida a sus productos y mantenerse en su actividad. Conjuntamente, los CCC son mucho más que sistemas de comercialización: son proyectos de innovación social fundamentados en principios que tienen en la agroecología una de sus referencias más relevantes (Valls, 2006). Esta relación

¹⁵ Al respecto y como ejemplo actualmente en construcción en Cataluña cabe mencionar el desarrollo de un sistema participativo de garantía (frente a la certificación por tercera parte), impulsado por la *Xarxeta de Productors i Productores Agroecològics*.

directa se establece también a la inversa, puesto que desde la agroecología “se prioriza la producción para el consumo local y el derecho a la autogestión coordinada de tal manera que la producción, el procesamiento, la distribución y el consumo se encuentren bajo el control de las comunidades” (Badal et al., 2010: 28).

La proximidad, geográfica y cultural, es el criterio que acota un mercado local, definido como aquel que se desarrolla íntegramente (esto es, de la producción al consumo) en el ámbito de la movilidad habitual de los diferentes agentes (Valls, 2006). Por su parte, un circuito corto de comercialización se caracteriza por la presencia de un único intermediario, como máximo, entre el producto final y la persona consumidora (Valls, 2006). Según esta definición, la consideración como canal corto es independiente de la distancia física entre los agentes. Un conocimiento directo entre personas productoras y consumidoras, la existencia de compromisos comunes entre ellas, el vínculo de los productos con el territorio y la minimización de la contaminación (Valls, 2006) caracterizan estos canales. Dentro de los CCC, la venta directa es una tipología en la que no interviene ningún intermediario entre agentes. Esto representa una eficaz estrategia de acercamiento entre personas productoras y consumidoras en la que el beneficio es mutuo: las primeras capturan una mayor proporción del valor añadido del producto y las segundas adquieren un producto de confianza cuyo origen es conocido (por cercano). Es más fácil conocer con mayor detalle los alimentos que se consumen si se adquieren a través de la venta directa, en la que el trato personal con la persona que vende (productora en muchos casos) genera una sensación de confianza en lo que se está comprando. El consumo reflexivo, que incluye mecanismos de activación ética, y el consumo constructivo, que se propone desarrollar una acción colectiva consciente para la innovación alimentaria, son las estrategias que marcan la diferencia en las nuevas redes alimentarias que impulsan canales cortos de comercialización (Soler y Calle, 2010).

En Cataluña la mayor parte del producto fresco ecológico se comercializa en mercados locales y a través de canales cortos (Valls, 2006). Sin ser un repaso exhaustivo, en la siguiente tabla se presentan las tipologías de CCC que actualmente existen en Cataluña¹⁶:

Tabla 1. Principales circuitos cortos de comercialización en Cataluña.

Huertos comunitarios	Son experiencias colectivas en las que un grupo de gente trabaja directamente para producir alimentos que consumen. En el caso catalán, son iniciativas ligadas a la lucha contra la especulación inmobiliaria y la reivindicación del uso del espacio público para fines sociales. En Barcelona están las experiencias de Can Masdeu (http://www.canmasdeu.net/cat/horts.php), el <i>Forat de la Vergonya</i> (http://lhortetdelforat.blogspot.com/) y el huerto comunitario del barrio de Gracia (http://horteres.wordpress.com/2008/11/12/hort-comunitaride-gracia/), cada una con distinta trayectoria y grado de consolidación.
Cooperativas personas productoras-consumidoras	Esta es una tipología apenas desarrollada en Cataluña. Las AMAP (<i>Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne</i>) ¹⁷ francesas son un referente de este tipo de iniciativas que reúnen a personas productoras y consumidoras bajo la misma estructura, si bien con roles diferenciados. En la literatura anglosajona estas experiencias se conocen con el acrónimo CSA (<i>Community Supported Agriculture</i>). En España hay que mencionar el referente del BAH! en Madrid, con más de diez años de recorrido (http://bah.ourproject.org/). En Cataluña existe la experiencia reciente de la PACA (<i>Acord per al Consum i la Producció Agroecològica</i>) en Molins de Rei (Barcelona) ¹⁸ .
Sistemas de apadrinamiento	Se desarrollan en explotaciones ganaderas donde se ofrece la posibilidad de apadrinar un animal (por ejemplo una vaca), lo que implica pagar anticipadamente una cantidad por él para ir recibiendo el producto que de él se obtiene (leche y queso, en el ejemplo) durante un tiempo pactado. En Cataluña existe la afianzada experiencia de Mas Claperol (La Garotxa, Girona) ¹⁹ , granja pionera en la producción y elaboración de leche y derivados lácteos ecológicos. En este caso, el apadrinamiento consiste en un pago de 1500 euros que es reembolsado íntegramente en forma de productos con un 35% de descuento como precio especial de 'padrino', que los recibe en su domicilio.
Venta directa en finca	En estos casos los y las consumidoras se desplazan a la finca donde el productor les vende sus productos. Es una fórmula que suele combinarse con otras (como venta en mercado o a cooperativas de consumo). En Cataluña está poco extendida en el caso del producto fresco. Sí es más frecuente este tipo de circuito para productos elaborados, básicamente aceite y vino.
Venta directa en mercado	Consiste en vender producto a través de una parada en mercados fijos o ambulantes (semanales), práctica que no demasiado extendida en Cataluña si hablamos de productos ecológicos. Algunos mercados municipales tienen paradas fijas y también tienen paradas algunos mercados semanales. Cabe destacar el <i>Mercat Agroecològic i de Varietats Locals de Valls</i> , impulsado por la <i>Associació de Defensa Vegetal (ADV)</i> ²⁰ del Baix Camp (Tarragona).
Venta directa a domicilio o a grupos de	En el primer caso la cesta tiene un precio fijo y la persona productora la reparte periódicamente o de manera esporádica directamente al domicilio de la consumidora. En el segundo caso se trata de un grupo de personas que deciden agruparse para recoger sus cestas en un punto de reparto centralizado (ya sea el caso de miembros de una asociación

¹⁷ <http://www.reseau-amap.org/>

¹⁸ <http://calapaca.wordpress.com/>

¹⁹ <http://www.masclaperol.com/>

²⁰ Las ADVs son asociaciones de personas productoras y/o artesanas que trabajan para mejorar aspectos productivos de sus explotaciones desde una perspectiva agroecológica y con valores sociales.

consumo	o colectivo determinado que utilizan las instalaciones donde realizan su actividad para la distribución de cestas, ya sea familias que se agrupan y recogen sus cestas en un espacio facilitado por una de ellas, como un garaje).
Cooperativas de productoras / puntos colectivos de venta	Las personas productoras se agrupan para administrar conjuntamente una tienda con sus productos. Esto requiere una mayor inversión respecto a otras fórmulas, siendo quizás esta la razón por la cual no está muy extendida en Cataluña. Algunas <i>agrobotigues</i> ²¹ como la de Gallecs (Vallès Oriental, Barcelona) comercializan así productos ecológicos. Alternativamente, productores y productoras pueden agruparse pero sin tener un punto de venta físico. Es el caso de la <i>Xarxeta de Productors Agroecològics</i> ('la Xarxeta'), experiencia colectiva que agrupa a pequeñas productoras y productores agroecológicos para intercambiar productos (ampliando así su oferta) y conocimientos.
Restauración	En este apartado destaca la Mesa de Trabajo para la Alimentación Escolar Ecológica, constituida en el marco del Plan de Acción para la Agricultura y Alimentación Ecológicas (2008-2012) del gobierno catalán. Actualmente son una minoría (36) los centros que han incorporado productos ecológicos en sus menús.
Cooperativas con tienda	Existen cooperativas de consumo que, además, ofertan productos a personas no socias, que los adquieren a un precio más elevado. <i>El Brot</i> (Reus, Tarragona) y <i>El Rebot</i> (Girona capital) son las dos cooperativas de consumo catalanas que además tienen tienda. Coincide con que son las cooperativas de consumo pioneras en Cataluña. En Barcelona la <i>Xarxa de Consum Solidari</i> (XCS) ofrece productos de comercio justo en sus tiendas y ha vivido el proceso a la inversa: en tiendas previamente existentes se acogieron cooperativas y grupos de consumo en un segundo momento. La XCS centraliza la recepción de todo el producto en un único lugar y después cada grupo (tienda) recoge y monta sus cestas, cosa que simplifica la logística para la persona productora.
Tiendas especializadas	En las tiendas especializadas en productos ecológicos es muy importante la relación entre comerciante y cliente, así como la información a que este último tiene acceso. Se calcula que entre el 70% y 85% del volumen de venta de productos ecológicos en el Estado español se vende a través de tiendas especializadas (DARP, 2006), un volumen muy superior al del resto de países europeos (Joensen, 2003).
Cooperativas de consumo ecológico ²²	Este es uno de los CCC más populares y actualmente en auge en Cataluña, y constituyen una alternativa de consumo ecológico (reflexivo) cotidiano viable.

Fuente: Elaboración propia a partir de BIOTACC (2009).

Hemos mencionado en párrafos precedentes cómo los circuitos cortos tienen en la agroecología uno de sus referentes, y cómo, por su parte, la Ae reivindica la necesidad de partir de una

²¹ Les *agrobotigues* son puntos de venta propiedad de agricultores individuales o cooperativas, donde el público puede encontrar los productos elaborados en la misma explotación, sin intervención de intermediarios. El establecimiento da la oportunidad de entrar en contacto con los productos de la comarca, a menudo certificados por sellos de producción de calidad o ecológica. Comúnmente se hallan en espacios de alto valor ecológico o cultural, como parques naturales, museos etnográficos o antiguas fábricas. <http://www.ruralcat.com/web/guest/agrobotigues> (último acceso 05.04.2011)

²² Véase Di Masso (2009) para una descripción de las cooperativas de consumo ecológico reflexivo en Cataluña y la dinámica de empoderamiento que generan para ambos extremos (producción y consumo) de la cadena agroalimentaria.

comercialización de carácter local, defendiendo la creación de circuitos de comercialización alternativos en los que se establece un contacto personal entre personas productoras y consumidoras. La agroecología aterriza la conexión entre las dimensiones ecológica y social a la que constantemente hacen referencia las que hemos llamado nociones ampliadas de calidad. Desde una perspectiva holística, la Ae consiste en el diseño de sistemas agrarios sostenibles, entendiendo la sostenibilidad en sus dimensiones ecológica y social. Esto es, en la producción no solamente deben tenerse en cuenta la productividad y la conservación de los recursos naturales, sino también que alimentos producidos sean culturalmente sensibles, socialmente justos y económicamente viables (Badal et al., 2010). Desde la crítica al paradigma de la agronomía moderna, se reivindica un modelo de agricultura básicamente campesino en el que el objetivo de la sostenibilidad se logra mediante el uso equilibrado de los recursos locales (Badal et al., 2010) y una estrategia de manejo con metodologías esencialmente participativas (Sevilla Guzmán, 2011). Además de considerar los sistemas socioeconómicos y naturales como el resultado de una evolución común, la acción colectiva es ingrediente principal de la agroecología política, que entiende la Ae como “la utilización de experiencias productivas de agricultura ecológica (...) para elaborar *propuestas de acción social colectivas*” (Sevilla Guzmán, 2006) (énfasis original) para la transformación social.

3. Conclusiones: explorando los límites del movimiento agroalimentario transformador en Cataluña²³

Motivados por una creciente preocupación por la calidad de los alimentos consumidos, el vínculo con el territorio y una producción que minimice las externalidades de la agricultura convencional son elementos de una primera aproximación a una alimentación alternativa. La revisión de los atributos de localidad y calidad asociados a la producción de alimentos inspira la articulación de redes alimentarias alternativas. Una variedad considerable de prácticas integran estas redes, con impactos diferentes sobre las estructuras agroalimentarias dominantes. En Cataluña, la calidad que promueve y certifica la administración no se desmarca de una realidad normativa y productiva en la que se promueve un sector agroalimentario fuertemente competitivo²⁴ y orientado a la exportación. En este contexto, la certificación de productos con mención geográfica y de alimentos ecológicos como productos diferenciados de calidad coincide con su integración en el SAA convencional. Las RAA que articulan estos productos son construidas con un enfoque *de arriba abajo* y no cuestionan la insostenibilidad ecológica y social del SAA. Siendo iniciativas de diferenciación estrictamente

²³ Las reflexiones hasta aquí apuntadas enmarcan el desarrollo de una tesis doctoral en curso. Esperamos presentar algunos de los resultados preliminares del trabajo de campo durante la celebración del Congreso.

²⁴ El sector agroalimentario es el primer sector de la economía catalana, con una facturación de más de 18000 millones de euros al año, convirtiendo a Cataluña en el clúster agroalimentario más grande de Europa (Llena, 2010, citado en Badal et al., 2010).

productivas, y al no ir acompañadas de alternativas de comercialización, estas categorías clásicas de alimentación alternativa no desafían las estructuras (de poder) dominantes. Sin mayor incidencia política, articulan RAA débiles que no superan la frontera de la alimentación convencional. Al mismo tiempo, conviviendo con el sistema dominante, en Cataluña otras realidades agroalimentarias que son construidas alrededor de circuitos cortos de comercialización y agroecología se articulan para la transformación radical del sistema. En estas redes se concibe una calidad ampliada que toma en consideración aspectos ecológicos y de justicia social (de empoderamiento), y hasta elementos intangibles difíciles de valorar y etiquetar. Mediante la acción social colectiva, construidas *de abajo arriba*, estas RAA transformadoras reivindican el paradigma de la soberanía alimentaria (SbA). Aunque desde la administración catalana existen tímidas iniciativas de apoyo a circuitos alimentarios alternativos, como la promoción de la venta directa²⁵ o del consumo de alimentos ecológicos en los comedores escolares, las RAA fuertes no reciben apoyo institucional y se desarrollan de manera autónoma.

Experiencias agroecológicas, canales cortos de distribución y consumo reflexivo organizado contribuyen a la construcción de un nuevo actor social en Cataluña articulado alrededor de una aproximación crítica a la alimentación (en sus múltiples dimensiones). Tras diversos formatos²⁶, este actor lo encarna actualmente la ASAC (*Aliança per la Sobirania Alimentària dels Pobles – Catalunya*), una articulación de alianzas entre distintos agentes de la cadena alimentaria (personas productoras-productoras, consumidoras-consumidoras, productoras-consumidoras²⁷), y también entre aquellas y otros agentes sociales como algunas ONGs ligadas a las luchas agrarias en el Sur Global y la cooperación al desarrollo²⁸. La reivindicación de la soberanía alimentaria como paradigma alternativo al actual sistema de desarrollo y agroalimentario es la agenda política común de este actor. Pero la realidad sugiere una diversidad de aproximaciones y sensibilidades que cuestiona el grado de solidez de esa agenda. Nos preguntamos hasta qué punto estas iniciativas disruptivas tienen la capacidad de convertirse en un movimiento consolidado que desarrolle todo su potencial transformador, qué hace falta para extender realidades agroalimentarias alternativas en

²⁵ Existe un Plan Director para la Promoción de la Venta Directa, encaminado a dar apoyo a las administraciones locales en la promoción de estos canales (http://www20.gencat.cat/docs/DAR/DE_Departament/DE10_Publicacions_DAR/DE10_02_Alimentaria/Documents/Fitxers_estatics/pla_director_venta_directa_administracions_locals.pdf) (último acceso 19.03.2011). Sin embargo, estas líneas se escriben en un momento en que el cambio de gobierno en la Generalitat ha supuesto la interrupción indefinida de iniciativas en este sentido.

²⁶ Como antecedente inmediato, cabe destacar la *Xarxa Agroecològica de Catalunya*. Véase en VVAA (2006) el capítulo referido a la génesis y experiencia de esta red. Ver Badal y López (2006) para una aproximación al movimiento agroecológico a nivel estatal.

²⁷ Para cada binomio existen iniciativas de coordinación interna: la *Xarxeta de Productors i Productores Agroecològics*, *Ecoconsum* i *La Repera*, respectivamente.

²⁸ Consúltese un mapa de actores exhaustivo del movimiento por la SbA en Cataluña en Badal et al. (2010).

Cataluña que hoy son marginales. A continuación apuntamos algunos resultados preliminares de una investigación en curso sobre RAA por la soberanía alimentaria en Cataluña:

- En términos conceptuales, hay coincidencia en entender la SbA como el derecho a decidir sobre aquello que comemos, como la reivindicación de la *recuperación del control sobre las decisiones* que afectan al modo en que se producen, distribuyen y consumen los alimentos. A nivel operativo, se coincide en que los pilares de la SbA son el derecho a la alimentación, una producción agroecológica ligada a circuitos cortos de comercialización y un resituar la toma de decisiones públicas allí donde se producen y consumen los alimentos.
- Este proceso de *democratización del SAA* hay quien lo entiende como un fin en sí mismo, de manera que el resultado de la decisión (tomada informada y libremente) es secundario. En cambio, la postura mayoritaria asocia la SbA a la *defensa de un determinado modelo*: producción agroecológica, familiar y de proximidad, y circuitos cortos de comercialización. La democratización del SAA no es un fin en sí mismo sino un medio.
- La *acción colectiva* es intrínseca a la soberanía alimentaria. Ya sea referida como tal, ya sea como procesos de colectivización, ya sea como trabajo cooperativo.
- En la defensa de la soberanía alimentaria en Cataluña *falta el sector productivo*. Problemas de acercamiento a la producción por parte del movimiento por la SbA, un desencuentro discursivo (a pesar de detectar problemáticas comunes) o la falta de un referente campesino que defienda la SbA son algunos de los elementos que se apuntan para explicar este vacío.
- El diagnóstico de la situación actual mostraría que en Cataluña *sí existe una masa campesina familiar reconvertible* a la producción agroecológica pero todavía no se ha conseguido superar el divorcio entre esa masa (con problemas de supervivencia en su actividad derivados del funcionamiento del SAA convencional) y un sector consumo crecientemente consciente y demandante de otra forma de producir alimentos.
- Respecto al *papel que deben jugar las instituciones en la defensa de la SbA* hay divergencia de opiniones, entre dos extremos que consideran imprescindible o más bien irrelevante la intervención de los poderes públicos para transformar el SAA.
- En cuanto a la *dinámica interna del movimiento*, hay actores que subrayan que la ASAC está viviendo una creciente fragmentación, mientras que en el otro extremo está quien opina que se

ha afianzado la articulación de alianzas. El actual se ve como un momento de inflexión y la incógnita es si el movimiento será capaz de consolidarse en el corto-medio plazo.

Mediante la identificación de la diversidad discursiva que esconde una agenda política aparentemente común, queremos identificar las debilidades y fortalezas de un movimiento agroalimentario transformador que hoy se halla en un punto de inflexión.

Bibliografía

Atkins, P. y Bowler, I. (2001). *Food in society. Economy, culture, geography*. Arnold, Londres.

Badal, M. et al. (2010). *Arran de terra. Indicadors participatius de Sobirania Alimentària a Catalunya*. IEEEEP-Entrepobles.

Badal, M. y López, D. (2006). Hacia un movimiento agroecológico en el Estado español. *Archipiélago*, 71: 29-34.

Barham, E. (2003). Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, 19: 127–138.

BIOTACC (2009). *Identificaió i tipologia de possibilitats de comerç en circuits curts*.

<http://www.biotacc->

[project.com/Ressources/WP3_Transf_Solutions/CircuitsCourts/traductions/Pr%E9sentation%20Charles%20Andr%E9%20Circuits%20Courts_CAT.pdf](http://www.biotacc-project.com/Ressources/WP3_Transf_Solutions/CircuitsCourts/traductions/Pr%E9sentation%20Charles%20Andr%E9%20Circuits%20Courts_CAT.pdf) (último acceso 20.04.2011)

Calle, A. Soler, M. y Vara, I. (2009). *La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales*. I Congreso Español de Sociología de la Alimentación, Gijón.

Calle, A. y Gallar, D. (2010). *Agroecología Política: transición social y campesinado*. VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Pernambuco.

DAAAR (2010). *A taula! Manual per a la introducció d'aliments ecològics i de proximitat a les escoles*. Barcelona, Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció Rural, Generalitat de Catalunya.

DARP (2006). *Llibre blanc de la producció agroalimentària ecològica a Catalunya*. Barcelona, Departament de Ramaderia, Agricultura i Pesca, Generalitat de Catalunya.

Di Masso, M. (2009). *Relaciones de poder en el ámbito agroalimentario: respuestas y alternativas desde los consumidores y productores*. I Congreso Español de Sociología de la Alimentación, Gijón.

Friedmann, H. y McNair, A. (2008). Whose rules rule? Contested projects to certify 'local production for distant consumers'. *Journal of Agrarian Change*, 8 (2-3): 408–434.

- Galdós, R. (2004). La intervención pública en la promoción de la calidad agroalimentaria: normativa comunitaria, española y vasca. *Investigaciones geográficas*, 34: 47-62.
- Gilg, A. y Battershill, M. (1998). Quality farm food in Europe: a possible alternative to the industrialised food market and to current agri-environmental policies: lessons from France. *Food Policy*, 23 (1): 25-40.
- Goodman, D. (2003). The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19: 1-7.
- Holloway, L. et al. (2007). Possible food economies: a methodological framework for exploring food production-consumption relationships. *Sociologia Ruralis*, 47 (1): 1-19.
- Holloway, L. y Kneafsey, M. (2004). Producing-consuming food: closeness, connectedness and rurality in foru 'alternative' food networks. En Holloway, L. y Kneafsey, M. (eds.) *Geographies of rural cultures and societies*. Ashgate, Coventry University.
- Holt-Giménez, E. (2009). Crisis alimentarias, movimiento alimentario y cambio de régimen. *Ecología Política*, 38: 73-79.
- Hughes, A. (2005). Geographies of exchange and circulation: alternative trading spaces. *Progress in Human Geography*, 29 (4): 496-504.
- Ilbery, B. et al. (2005). Product, process and place. An examination of food marketing and labelling schemes in Europe and North America. *European Urban and Regional Studies*, 12: 116-132.
- Joensen, M. (2003). *Organic foods in Spain*. ESADE, trabajo de Máster.
- Llena, J. (2010). *Nous temps, més agricultura. L'agroalimentació, un sector estratègic per Catalunya*. Intervención en el Fórum Europa. Tribuna Catalunya.
- Mansfield, B. (2003). Spatializing globalization: a «geography of quality» in the seafood industry. *Economic Geography*, 79: 1-16.
- MAPA (2010). *El mercado de productos ecológicos*. Ministerio de medio ambiente y medio rural y marino. http://www.marm.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/Comercializaci%C3%B3n_ECO_libreservicios_%28%2B_100m2%29_2010_tcm7-161419.pdf (último acceso 31.05.2011)
- Mauleón, J. R. y Rivera-Ferre, M. (2009). Consumo alimentario sostenible para la agricultura del siglo XXI. *Ecología Política*, 38: 53-61.
- Maye, D., Kneafsey, M. y Holloway, L. (2007). Introducing alternative food geographies. En Maye, D., Holloway, L. y Kneafsey, M. (eds.) *Alternative food geographies. Representation and practice*. Emerald, Binley.
- Rosset, P. (1997). La crisis de la agricultura convencional, la sustitución de insumos y el enfoque agroecológico. *Revista de CLADES*, nº especial 11/12, 1997 (en línea) <http://www.clades.cl/revistas/1112/rev11art1.htm> (último acceso 27.06.2011)

- Sánchez, J. L. (2009). Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española. *Boletín de la A.G.E.*, 49: 185-207.
- Sevilla Guzmán, E. (2006). Agroecología y agricultura: hacia una “re” construcción de la soberanía alimentaria. *Agroecología*, 1: 7-18.
- Sevilla Guzmán, E. (2011). Incorporando la soberanía alimentaria al proceso de construcción de la agroecología. *Soberanía alimentaria, biodiversidad y culturas*, 3: 9-14.
- Soler, M. y Calle, A. (2010). Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía. En VVAA, *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza, Colección PH Cuadernos*, 26: 258-283.
- Sonnino, R. y Marsden, T. (2006). Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, 6: 181–199.
- Tendero, G. (2011). *Cap on va el moviment agroecològic?* Semanario La Directa, 223, Abril.
- Valls, E. (2006). *El mercat local i els circuits curts de comercialització*. Ponencia para la elaboración del Llibre Blanc de la Producció Agroalimentària Ecològica.
<http://www.ecoconsum.org/documentacio/doc001.html> (último acceso 20.04.2011)
- VVAA (2006). *Los pies en la tierra. Reflexiones y experiencias hacia un movimiento agroecológico*. Virus Editorial, Barcelona.