

Lecturas de
poder en el ámbito agroalimentario: tendencias dominantes y construcción de
alternativas desde los productores y consumidores

Marina Di Masso Tarditti (ICTA-UAB)

marina.dimasso@uab.cat

Mesa 3. Sistemas agroalimentarios y sostenibilidad social y ambiental

I Congreso Español de Sociología de la Alimentación

Gijón (La Laboral), 28-29 de mayo de 2009

1. Introducción: el Sistema Agroalimentario como objeto de estudio

Hay consenso en la literatura en señalar a los investigadores de Harvard Davis y Goldberg (1957) como los precursores de la introducción en los estudios agrarios del concepto ‘agribusiness’, equivalente a los actuales términos ‘agronegocios’ (Viladomiu, 1985), ‘sistema agroalimentario’ (Sanz Cañada, 1997) o ‘sistema alimentario’ (Mauleón, 2007). La publicación de su obra *‘A Concept of Agribusiness’* supuso el pistoletazo de salida de la Economía Agroalimentaria como disciplina que aborda el estudio de la actividad agrícola desde la premisa de su interdependencia con la industria. Su pionera aportación al análisis de esta situación justifica y desarrolla la idea de que las cuestiones agrícolas deben tratarse en términos agroindustriales e inaugura una tendencia analítica que supone una ruptura con los tradicionales enfoques sectoriales en el estudio de la actividad agraria, aportando herramientas para elaborar aproximaciones de tipo sistémico. Su enfoque sirvió para comprobar y cuantificar el proceso de inserción de la agricultura en un conjunto productivo de carácter típicamente industrial (Viladomiu, 1985), ratificando la observada tendencia de progresiva marginalización del papel de la producción agraria en el seno del sistema agroalimentario, en beneficio de las actividades de transformación y comercialización.

La línea de estudio inaugurada por Davis y Goldberg es desarrollada posteriormente sobre todo a partir de las aportaciones de Malassis desde el Instituto Agronómico Mediterráneo de Montpellier. Partiendo de la misma definición del sector agroalimentario como un agregado de subsectores productivos que se relacionan entre sí mediante flujos de intercambio, la escuela francesa, sin embargo, va más allá en la

concepción del sistema agroalimentario como categoría analítica. En su tratado sobre economía agroalimentaria Malassis (1973) parte de la necesidad de considerar el contexto socioeconómico en el que se enmarca el sistema agroalimentario y de cuya estructura depende, por lo que en este sentido los estudios inaugurados con su trabajo sí permiten rastrear la dinámica de fuerzas sociales y económicas que operan en la evolución del sistema. Los análisis de Malassis en términos de itinerario agroindustrial¹ no solamente permiten identificar y jerarquizar los elementos significativos de un sistema agroindustrial, sino también analizar cómo se articulan sus relaciones (Viladomiu, 1985). Metodológicamente la propuesta de Malassis es más ambiciosa, puesto que posibilita el estudio de las relaciones de poder entre los componentes del sistema, así como los efectos de cada uno y sus cambios sobre el conjunto.

Ambos antecedentes son origen de y se desarrollan en el ámbito de la Economía Agroalimentaria. Posteriormente, el ámbito agroalimentario ha sido y viene siendo abordado desde diversas disciplinas. Más allá de la economía, han sido sociólogos y antropólogos los que han contribuido al estudio de esta realidad desde las Ciencias Sociales. Díaz Méndez (2005) destaca como uno de los tres principales debates actuales sobre la alimentación desde una perspectiva social el debate sobre la necesidad de superar la polarización que en los estudios sobre alimentación existe entre la producción y el consumo. La autora matiza que, en nuestro país, dentro de la Sociología han sido tradicionalmente la áreas de Sociología Rural y de Sociología del Consumo las que han abordado el estudio del comportamiento alimentario, sin apenas vínculos entre sí.

En un intento por superar una generalizada asimetría de fondo en los estudios agroalimentarios derivada de la extensión de un marco teórico centrado en la producción, desde las ciencias sociales han surgido diversas propuestas analíticas de interés que persiguen una comprensión integrada de las prácticas agroalimentarias. Partiendo de una crítica compartida a las perspectivas convencionales de estudio emanadas de la economía política, todas ellas tratan de construir un enfoque más adecuado para el estudio de las relaciones producción-consumo, que pasa por rechazar la ontología moderna que subyace a la mayoría de paradigmas existentes, cuyo común denominador es una tendencia a dicotomizar conceptos clave. Fundamentalmente, las nuevas perspectivas integradoras persiguen la superación de las dicotomías establecidas

¹ En sus análisis el autor utiliza el concepto de *'filière'* o 'itinerario agroindustrial', definido como un subsistema agroalimentario específico o la sucesión de las etapas que sigue un determinado producto hasta llegar al consumidor.

entre los niveles macro y micro en el análisis sociológico, y entre lo social y lo natural para incorporar analíticamente la naturaleza como sujeto activo.

El enfoque de la economía política ha sido aplicado a la agricultura de la mano de la sociología de la agricultura y el análisis de subsectores de mercancías (Busch y Juska, 1997). Como principales limitaciones para un estudio integrado de las prácticas agroalimentarias, dicho enfoque asume una tendencia a reificar actores corporativos (en la que las personas tienden a desaparecer como sujetos de las acciones) y a concebir la naturaleza como sujeto pasivo. En los estudios agroalimentarios han surgido nuevas perspectivas que se alejan más o menos de la economía política. Heredero del enfoque CSA (*'commodity systems analysis'*) de Friedland (1984) aparece el enfoque SOP (*'systems of provision'*), desarrollado por Fine (1995, Fine y Leopold, 1993, Fine *et al.*, 1996). Cabe destacar asimismo, como extensión y reconfiguración del CSA de Friedland, el modelo de economía cultural desarrollado por Dixon (1999, 2002). Entre las nuevas aproximaciones a las prácticas agroalimentarias la corriente más prolífica la brinda la perspectiva ANT (*'Actor-Network Theory'*), desarrollada como un intento colectivo más que como un único enfoque unificado (Arce y Marsden, 1993; Marsden y Arce, 1995; Sousa y Busch, 1998; Busch y Juska, 1997; Goodman, 1999; Whatmore y Thorne, 1997; Lockie, 2002). Haciendo uso del materialismo relacional, las propuestas enmarcadas en el enfoque ANT son consistentes con una más amplia tendencia actual en la sociología hacia las teorías relacionales del poder. Hacia el final de esta comunicación se retomará este hilo teórico.

2. La conformación del Sistema Agroalimentario contemporáneo

El estudio de la formación y desarrollo del Sistema Agroalimentario (SAA) está relacionado con cambios de carácter global en la economía y en la producción agraria. Las dinámicas de industrialización y de internacionalización de la producción y los mercados, acentuada esta última por el actual fenómeno de la globalización, marcan los ejes sobre los que se articulan las transformaciones del SAA. Como tendencias de cambio más relevantes, la pérdida de peso específico del sector agrario en el sistema de valor del SAA, el desplazamiento vertical del valor añadido de los productos en beneficio de las fases de transformación y distribución, y el desplazamiento vertical del poder de decisión hacia estas fases no agrarias del sistema. En la actual organización del

SAA, la gran distribución tiene un papel estratégico, ocupando una posición crecientemente oligopólica que condiciona y distorsiona toda la cadena alimentaria.

3.1 Los procesos vertebrales: industrialización e internacionalización de la agricultura y la alimentación

Entendida como el desarrollo de la agricultura industrializada, la modernización del sector agrario es impulsada por una ideología productivista. Efectivamente, el gran cambio agrícola y ganadero de mediados del siglo XX es el que altera por completo el modelo de economía natural y lo sustituye por el modelo productivista (Gómez Mendoza, 2001). Motor fundamental del cambio agrario, este modelo de explotación agropecuaria se sustenta sobre los procesos interrelacionados de intensificación, concentración y especialización (Evans, 2001). En las sociedades industriales el desarrollo capitalista de la agricultura se establece fundamentalmente alrededor de los procesos de especialización y concentración (Goodman y Redclift, 1989). Vinculado a un uso intensivo de la tecnología, el incremento de la especialización supone una producción más diferenciada, resultado que repercute fundamentalmente sobre la división social del trabajo. Asimismo, el uso de tecnología avanzada y una estrecha articulación del proceso productivo con el mercado resultan en una concentración de la propiedad y el control de la producción en menos y mayores manos. La penetración de la lógica industrial en la agricultura ha sido conceptualizada como una dinámica de apropiación. El término ‘apropiacionismo’² acuñado por Goodman (1987) define un fenómeno que describe la constante reestructuración del proceso productivo (agrícola) a medida que el capital explota nuevas oportunidades para la acumulación. Determinadas actividades diferenciadas de la actividad agraria se convierten en sectores de acumulación para distintas fracciones de capital industrial, en un proceso que hace que la agricultura asuma cada vez más características de una actividad típicamente industrial. Esta apropiación se consolida con el desarrollo de la agroindustria, área de actividad económica de complejas relaciones intersectoriales en que se desdibuja la frontera entre agricultura e industria. En el ámbito agroalimentario, el proceso de especialización se concreta en una intensificación del proceso de diferenciación del producto agrario. Los productos agrícolas no son ya simplemente alimentos en el

² Mi traducción del término original *appropriationism*.

sentido tradicional del término, sino también productos intermedios de un proceso industrial que produce alimentos transformados. Sanz Cañada (1997) distingue entre ‘producto agrario’, como el output de la producción agraria, y ‘producto alimentario’, como el bien de consumo final que se obtiene tras someter al primero a un determinado proceso de transformación. Esta diferenciación conceptual es la expresión terminológica de la intensificación del proceso de especialización agrícola en la inserción del sector en el sistema agroalimentario.

Su integración en el proceso de producción alimentaria industrial mediante una modernización y capitalización intensivas ha llevado al sector agrario a mantener crecientes relaciones económicas con otros sectores. En particular, en el esquema industrial de la producción alimentaria el sector agrario se ha convertido en proveedor de insumos para la industria agroalimentaria. Así, la mencionada diferenciación entre ‘producto alimentario’ y ‘producto agrario’ se da en el contexto de una pérdida de peso específico del sector agrario en la cadena de valor del SAA. Paralelamente a este proceso, las etapas de transformación y distribución (ésta de manera creciente) han ido intensificando su papel en la producción de alimentos hasta erigirse actualmente en los componentes principales del SAA. Como tercera característica del SAA contemporáneo, el desplazamiento vertical de la importancia económica y del poder de decisión desde el sector agrario hacia las etapas no agrarias supone un trasvase de rentas y de participación en la demanda final hacia la industria agroalimentaria y la distribución (Sanz Cañada, 1997).

En el ámbito de la producción de mercancías ha ido interviniendo e interviene cada vez más el mercado mundial como elemento determinante y esto significa que, en lo relativo al objeto y los métodos de producción, las decisiones vienen marcadas por la satisfacción de una demanda mundial y la posibilidad de rentabilizar a escala internacional los costes de producción y comercialización de los productos (Viladomiu, 1985). Según Viladomiu esto ha sido posible gracias a la estandarización de los productos a nivel internacional y a la generalización de un modelo universal de consumo en los países industrializados. El actual proceso de globalización es la etapa más reciente de la internacionalización de la producción y el consumo, y los SAA no han escapado a esta tendencia³. Señala Sanz Cañada (1997) que el modelo organizativo del SAA actual se encuentra sometido a las decisiones de un cada día menor número de

³ Véase Bonanno (1994) para una compilación de distintas aportaciones sobre el papel de la globalización en la reestructuración del SAA.

grandes corporaciones de tamaño cada vez mayor que tienden a ocupar posiciones dominantes en mercados progresivamente globalizados. La conformación de un SAA de carácter mundial puede interpretarse como la expresión internacional de la dinámica apropiacionista en los términos antes expuestos, que convierte el proceso de producción de alimentos en una suerte de cadena taylorista de producción de escala mundial en la que cada eslabón es responsable de una parte del ensamblaje del producto final. Si bien en calidad de eslabón necesario, la actividad agraria se subordina a procesos de carácter global.

3.2 Estructura, tendencias de cambio e impactos del SAA dominante

La Economía Agroalimentaria ha definido el sistema agroalimentario como “el conjunto de las actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos alimentarios y, en consecuencia, al cumplimiento de la función de la alimentación humana en una sociedad determinada” (Malassis, 1973:12). De manera más amplia, el sistema alimentario como área de estudio está destinado a comprender la forma como se abastece de alimentos una sociedad, las relaciones que se establecen entre los actores que intervienen en dicho proceso, y las consecuencias sociales que se derivan de lo anterior (Mauleón, s/f). Tres son los pilares económicos que sustentan el SAA: el sector agrario, como sector productivo propiamente dicho; la industria agroalimentaria (IAA), que concentra las actividades de transformación del producto agrario; y la distribución alimentaria (DA), que comprende las actividades comerciales de transferencia y circulación de productos. Mauleón (2007) sugiere incorporar a este cuerpo estructural dos componentes adicionales que, si bien “no tocan” el producto, por su actividad son relevantes para el funcionamiento del sistema. Por un lado, aquellas empresas a las que crecientemente se están externalizando determinadas funciones, o que colaboran en alguna de las fases. Por otro lado, y esto parece fundamental, las instituciones públicas como agentes relevantes del sistema, puesto que, favoreciendo o dificultando ciertas actividades, moldean con su intervención el funcionamiento de cada fase y del sistema en su conjunto.

En las economías de los países industrializados son tres los grandes factores que, según Sanz Cañada (1997:361-362), se perfilan como condicionantes de la reestructuración productiva del SAA: el cambio de coordenadas que modificó las condiciones históricas de la producción agraria a partir de la Segunda Guerra Mundial,

los cambios cruciales en el modelo de consumo alimentario derivados de la intensidad del proceso de desarrollo económico y de las importantes transformaciones socio-demográficas derivadas, y la globalización de los mercados agroalimentarios como hecho económico de especial incidencia en el comportamiento de los agentes del SAA y tendencia de cambio más reciente. Determinada fundamentalmente por estos tres factores, la reestructuración productiva del sistema agroalimentario se desarrolla alrededor de dos grandes ejes. Por una parte, las tendencias de desplazamiento vertical del poder de decisión en la cadena alimentaria hacia los eslabones más próximos al consumo y, por otra, el establecimiento de un modelo de organización cada vez más alejado de la competencia perfecta y crecientemente capitalizado en sus fases industrial y terciaria, siguiendo la tendencia hacia formas de organización empresarial monopólicas. Una de las consecuencias de esta situación de alejamiento de la competencia perfecta es el diferencial de precios entre el precio en origen del producto agrario y su precio final. La diferencia entre el precio que se paga por un producto agrario a su productor y lo que paga el consumidor final por el mismo producto es enorme, y creciente. En el Estado español, según datos del sindicato COAG, los precios en origen se multiplican hasta por siete hasta el destino, existiendo una diferencia media del 420%. Este diferencial de precios explica el abandono de la actividad agraria por parte de muchos productores.

El desplazamiento vertical de poder en el sistema agroalimentario se produce en dos etapas (Sanz Cañada, 1997). En un primer momento, el movimiento se da desde el sector agrario hacia la agroindustria y la distribución como etapas más capitalizadas del SAA. En un segundo momento, el trasvase de poder tiene lugar desde la agroindustria hacia la distribución, gracias a las tecnologías de la información y, fundamentalmente, al establecimiento de la denominada ‘gran distribución’ (GD) como modelo de organización para la distribución de productos alimentarios. El estamento de la DA se caracteriza por un elevado nivel de concentración y su poder se concreta ya no sólo en la cuota de mercado de las empresas líderes, sino en la influencia que ejerce sobre la IAA y otros agentes que compiten por colocar sus productos en los lineales de dichas empresas. Si en los años ochenta era la industria agroalimentaria el agente con mayor influencia sobre la toma de decisiones en el SAA, a partir de los noventa el modelo de la gran distribución coloca a la DA en ese lugar predominante, en una tendencia de desplazamiento vertical de la importancia económica y decisoria hacia las etapas del SAA más próximas al consumo.

La creciente dependencia de las explotaciones agropecuarias respecto de la industria agroalimentaria y el entramado de la comercialización refleja un progresivo alejamiento del poder de decisión del punto de producción. La posición oligopólica de la gran distribución en el SAA reduce las posibilidades de venta de los productos agrarios, y ello asegura el cumplimiento de una serie de normas estrictas a través de las cuales la GD selecciona a sus productores-proveedores. Para no quedar fuera del mercado, los productores deben cumplir exigentes demandas contractuales sobre características estéticas estandarizadas del producto (calibre, forma, color), condiciones de entrega (cantidades, plazos de pago) y precios por la producción. La intensificación del predominio contractual ejercido por la gran distribución sobre la industria agroalimentaria supone la retransmisión de condiciones de dominación en la cadena alimentaria que se amplifican a un sector agrario atomizado y escasamente organizado (Sanz Cañada, 1997:392). El perfil de productor que suministra a la GD es necesariamente intensivo e industrializado, puesto que aquella necesita mercancías que puedan ser producidas en grandes cantidades y de manera homogénea, requiriendo para ello variedades que puedan ser industrializadas y distribuidas fácilmente y a gran escala. Asimismo, en su búsqueda por los precios más bajos la GD promueve un modelo agrario de producción deslocalizada, con productos producidos y comprados en cualquier lugar del mundo. Cada vez más, las explotaciones agrarias familiares quedan excluidas de un canal de comercialización que, cada vez más, es el único existente. En el otro extremo de la cadena, el poder de la gran distribución respecto al consumidor se traduce en una fuerte concentración de la oferta alimentaria. Esta situación oligopólica reduce grandemente la elección del consumidor, que encuentra productos en los lineales que obedecen más a las necesidades comerciales del supermercado que a sus demandas y necesidades propias.

3. Alternativas al SAA dominante

Junto al SAA predominante descrito en el apartado precedente conviven otras prácticas agroalimentarias. Se trata de fórmulas que, a nivel productivo, de comercialización y de consumo, de forma estanca o combinada, ofrecen alternativas al SAA generalizado. Producción ecológica, agroecología, canales cortos de distribución y consumo ecológico organizado son prácticas que, si bien en grado distinto, palian los impactos de la actividad agroalimentaria dominante.

3.1 Agricultura ecológica

En Europa la agricultura ecológica empieza su proceso de consolidación en los años sesenta, como un sistema agrícola alternativo al modelo de agricultura industrializada dominante y al patrón de consumo de la sociedad occidental (Ferré, 1997). Como práctica agronómica más benévola con el entorno, la agricultura ecológica minimiza los efectos negativos que numerosas sustancias y procesos de la agricultura convencional ocasionan sobre los recursos naturales y los seres vivos. Sin embargo, más allá del nivel estrictamente técnico, si no va acompañada de prácticas alternativas de comercialización y consumo, la agricultura ecológica no implica en sí misma una alternativa integral al SAA dominante.

Con la implementación del Reglamento europeo sobre agricultura ecológica⁴ ha ido creciendo el número de explotaciones agrarias que en la UE se han convertido a métodos productivos de certificación ecológica. Debido a su influencia directa o indirecta en otros factores, el apoyo institucional es fundamental para el desarrollo de la agricultura ecológica. En el caso español este apoyo ha sido bajo. Aun así, nuestro país tiene un gran peso específico en el contexto europeo, contando con más de 800.000 hectáreas de cultivo ecológico (Eurostat, 2008). Los productos ecológicos tienen una cuota de mercado creciente, y se han señalado numerosos factores que contribuyen a explicar el crecimiento actual de su consumo (Alonso Mielgo, 2002): conocimiento y características socioeconómicas del consumidor, sensibilidad respecto a efectos sobre la salud, desarrollo y eficacia de los organismos de control para transmitir confianza, sobrepagos pagados por los productos ecológicos, estandarización en las etiquetas para su reconocimiento por el consumidor, grado de organización de los productores, apoyo institucional, desarrollo de canales comerciales y promoción pública, entre otros.

En la evaluación del potencial de las prácticas de agricultura ecológica en términos de componente de un SAA alternativo es necesario ligar la actividad productiva a la distribución. Existen dos formas de entender la agricultura ecológica por lo que a procesos de distribución respecta. Aquella en la que existe una relación directa entre productor y consumidor, y aquella que involucra una producción de bienes ecológicos para grandes mercados. Esta última, la producción ecológica industrial, si bien minimiza

⁴ Para la UE, la producción agraria (agricultura y ganadería) únicamente se considera ecológica si cumple con el Reglamento de la Comisión (CEE) n° 2092/91.

los impactos ambientales negativos de la producción agraria convencional, no necesariamente minimiza los impactos a otros niveles. La distribución de productos ecológicos haciendo uso de los canales de comercialización mayoritarios reproduce la lógica dominante en el SAA, en la que ciertos agentes controlan la cadena agroalimentaria y acumulan el valor añadido de la actividad. Dentro de este esquema, la producción ecológica ofrece un nuevo producto, un nuevo segmento de mercado y posibilidades de mayores beneficios a los agentes ya ganadores del SAA. Es cierto que también supone una alternativa económica para productores que ven en la conversión ecológica el único modo de sobrevivir en la actividad agraria, precisamente por los problemas estructurales del sector, no ajenos al ejercicio de poder de intermediarios y distribuidores. Pero también se ha señalado (Armesto López, 2005) que los productores tienen reticencias a trabajar con las grandes empresas alimentarias por verse sometidos a relaciones contractuales severas. Asimismo, el hecho de que las grandes empresas agroalimentarias se estén interesando por un tipo de producto, el ecológico, que hasta hace poco habían ignorado, está suponiendo un problema de competencia (puesto que pueden ofertar los mismos productos a menor precio) para las tiendas especializadas que tradicionalmente han sido el punto de venta de estos productos. Este tipo de procesos son consecuencia de lo que algunos autores llaman convencionalización de la agricultura ecológica (Tovey, 1997; Hall y Mogyorody, 2001; citados en Armesto López, 2005).

Si la agricultura ecológica se comercializa usando los canales de distribución mayoritarios estará ofertando una alternativa al consumidor, pero no necesariamente tendrá efectos sociales beneficiosos. Los productos ecológicos que encontramos en los supermercados a menudo no son de producción local, sino importada de otros países donde se produce en régimen de monocultivo intensivo de exportación. Una producción así comercializada, si consideramos los miles de kilómetros que recorren los alimentos hasta llegar a nuestros platos, debería perder la consideración de ecológica. Para muchos, una agricultura ecológica que distribuya sus productos en grandes superficies y supermercados traiciona los valores de la práctica misma, y no incita a reflexionar sobre aspectos del SAA como la relación productor-consumidor ni sobre la estructura política, económica y social que la condiciona. Al margen de los términos productivos, una producción ecológica así distribuida no palia los impactos estructurales del SAA dominante, puesto que no modifica los términos de poder ni las relaciones de intercambio desigual entre agentes del SAA. Más allá de la alternativa individual de

consumo y producción que ofrece, una agricultura ecológica que se sirva del modelo de distribución mayoritario no tiene vocación de transformación social y, por lo tanto, no es relevante en términos de incidencia política.

3.2 Agroecología

El término Agroecología (Ae) nace en los años setenta con el fin de analizar los problemas de sostenibilidad ecológica y social de la producción. Si bien las bases epistemológicas de la Ae empezaron a sentarse desde las ciencias agrarias (principalmente en América Latina), sus bases teóricas han ido desarrollándose con la articulación de conocimientos de las ciencias naturales y sociales, fruto de la necesidad de un enfoque interdisciplinario. Sevilla Guzmán y Martínez Alier definen la Agroecología como “el manejo ecológico de los recursos naturales a través de formas de acción colectiva que presentan alternativas a la actual crisis de modernidad, mediante propuestas de desarrollo participativo desde los ámbitos de la producción y la circulación alternativa de sus productos, pretendiendo establecer formas de producción y consumo que contribuyan a encarar la crisis ecológica y social, y con ello restaurar el curso alterado de la coevolución social y ecológica” a través de estrategias “de naturaleza sistémica” (2006:71). En Cataluña la *Xarxa Agroecològica de Catalunya* concibe la Ae como un ente con tres patas: la agronómica, la relativa a los estudios sociales campesinos, y la Ae entendida como movimiento social (Badal y López, 2006). Esta *Red* forma parte del incipiente movimiento agroecológico en el Estado español, en el que confluyen sectores y luchas variadas⁵ cuya práctica de transformación social coincide en la construcción de alternativas locales ligadas a proyectos económicos y sociales de base agraria y ecológica.

Contra la agricultura ecológica industrial, la Ae plantea el carácter local de las prácticas de la agricultura ecológica en función del medio biofísico, cultural, económico y de la organización social existentes. Asimismo reivindica la necesidad de partir de una comercialización de carácter local, a través del contacto personal entre productores y consumidores. A partir de esta relación, defiende el desarrollo de circuitos de

⁵ Badal y López (2006) incluyen en este movimiento las experiencias colectivas “rurbanas”, los proyectos y movimientos en defensa del territorio, los circuitos cortos de producción-distribución-consumo de alimentos de producción ecológica, las agrupaciones rurales o agrarias alternativas, los neorrurales y la okupación rural, la investigación y formación, y las ONGs relacionadas con la defensa de la soberanía alimentaria.

comercialización alternativos, en los que se da: a) una limitación de la distancia física, b) un conocimiento mutuo entre el productor y su forma de producir y el consumidor, lo que conlleva una relación de confianza, y c) una garantía de que el valor añadido queda en el medio rural, al controlar los mecanismos de la extracción del excedente (Sevilla Guzmán y Alonso Mielgo, 1994:457). Estos circuitos capturan una voluntad de empoderamiento que va en contra de la dinámica de progresiva pérdida de autonomía y poder de decisión tanto del productor primario como del consumidor en el SAA dominante. Para el movimiento agroecológico es tan importante el carácter ecológico de la producción como el carácter social y no mercantil de los espacios en los que se realiza la circulación de bienes y productos (Badal y López, 2006). El modelo productivo agroecológico está íntimamente relacionado con el modelo de consumo ecológico organizado, persiguiendo ambos el desarrollo social frente al presupuesto del máximo bienestar personal fundado en el consumo.

4. Una aproximación integral a las prácticas agroalimentarias: la reivindicación del consumidor en el seno de las teorías relacionales del poder

Goodman y DuPuis (2002) han señalado que el consumo como objeto de estudio ha ganado un lugar destacado en las disciplinas de la ciencia social. Este renovado interés busca atenuar el habitual énfasis en la integración vertical y la producción con el objetivo de hacer lugar a la praxis reflexiva de los consumidores, construida sobre relaciones recíprocas en el proceso productivo. Dentro de los estudios agroalimentarios, esta comunicación entronca con lo que Lockie y Kitto (2000:8-9) caracterizan como “una tendencia generalizada hacia las teorías relacionales del poder en el seno de la sociología contemporánea”. Enmarcado en esta tendencia y obedeciendo a un enfoque post-foucauldiano que concibe lo político como algo más allá de la búsqueda del locus de poder, la perspectiva ANT en el estudio de las prácticas agroalimentarias pretende romper con caracterizaciones lineales de las redes producción-consumo. Alternativamente, propone entender el poder como un efecto relacional de las interacciones entre actantes. Según Lockie y Kitto un enfoque consistente con la ontología ANT se centraría en los recursos discursivos y materiales que establecen los actores al tratar de influir en las relaciones entre provisión de alimentos y consumo. Así, el objeto de análisis debe ser no el agente, la institución o el proceso, sino las relaciones

a través de las cuales aquellos se constituyen. La labor del investigador es mantenerse sensible a la presencia de una pluralidad de discursos más que a patrones hegemónicos singulares. A este respecto señala Abercrombie (1994) cómo el poder en las prácticas agroalimentarias está estrechamente relacionado con la habilidad de definir el significado de las transacciones. En este sentido, para los consumidores contemporáneos son recursos de poder especialmente valiosos el incremento del rango de significados potencialmente asociables a los alimentos, y el propio conocimiento que tengan sobre mercancías particulares.

Desde una perspectiva relacional del poder, Whatmore y Thorne (1997) argumentan que es interesante ver cómo se refuerzan relaciones entre agentes antes ‘pasivos’ en las redes comerciales –productores y consumidores- a través de una forma de conectividad que promueve relaciones no jerárquicas enmarcadas por la ‘justicia’⁶. Señalan Goodman y Dupuis (2002) que unas alianzas así concebidas incluyen a los consumidores como actores actuales y potenciales al mismo tiempo, y que las relaciones que se forman en el seno del consumo, tanto con los productores como con otros consumidores, se ven como algo más que simples acciones privadas, es decir, apolíticas. A este respecto, propuestas discursivas y proyectos materiales alternativos buscan reconfigurar las concepciones hegemónicas en las redes agroalimentarias convencionales (industriales) sobre aquello socioecológico (Goodman, 2001). La política de la alimentación, según Goodman y DuPuis, se desarrolla de modos que incluyen tanto las luchas entre conocimientos contrapuestos como las luchas por crear alianzas políticas que podrán conformar formaciones políticas más estables en el futuro. En el ámbito ecológico existen múltiples maneras de hacer política que son menos evidentes desde una perspectiva estrictamente centrada en la producción y más evidentes para una perspectiva centrada en formas difusas de poder y en resistencias diarias que giran alrededor del hecho alimentario. Las prácticas de conocimiento del consumo consciente o responsable son expresiones de empoderamiento activo y, como tales, constituyen una política de la alimentación. Un ejemplo de este tipo de acción política es el que se desarrolla alrededor del consumo ecológico organizado.

⁶ *Fairness* en el original; ‘equidad’ sería otro término válido en este contexto.

5. Nuevas topografías de consumo: identidades colectivas y redes difusas de poder en las organizaciones de consumo ecológico en Cataluña

En un contexto de estandarización global de métodos de producción y consumo, la pérdida de soberanía alimentaria es una tendencia que corre paralela a la pérdida de control de los procesos de globalización por parte de productores y consumidores de productos agroalimentarios. Esta pérdida de control es una de las tendencias de cambio más relevantes en la transformación del SAA actual. Ante este escenario de desempoderamiento se da, paradójicamente, una tendencia en sentido contrario liderada por las organizaciones de consumo ecológico. La aparición y proliferación de estas organizaciones es un fenómeno que captura una voluntad de cambio radical en el modelo de consumo y alimentario. Más allá de ser parte del cambio, el consumidor (concienciado y organizado) es un factor imprescindible para dar entidad y viabilidad a una alternativa productiva, económica y social que atenúe los impactos del sistema agroalimentario globalizado. En los últimos años se ha detectado en Cataluña un creciente interés por el consumo de productos ecológicos. Este fenómeno pone de manifiesto la relevancia de un nuevo hábito de consumo que se concreta sobre el entramado urbano no solamente en la aparición de tiendas especializadas y en la presencia de estos productos en algunos supermercados, sino también en la proliferación de organizaciones de consumo ecológico. Efectivamente, cerca de 2500 familias catalanas⁷ han optado por autoorganizarse para proveerse una alimentación ecológica. Actualmente existen en Cataluña entre 40 y 50 cooperativas de consumo ecológico, y la aparición de estas organizaciones sigue una tendencia en aumento que crece a un ritmo de 100 familias por año. La mayoría de estas organizaciones se encuentran en Barcelona y su área metropolitana, donde este interés por gestionarse la alimentación de una manera alternativa se manifiesta en la existencia de cerca de 25 cooperativas de consumo, que vienen creándose desde hace 15 años a un ritmo que se acelera.

El acto final de compra de los alimentos tiene una importancia fundamental en términos de análisis socioeconómico. Esto es así porque, dejando al margen el debate sobre el consumidor como agente pasivo o activo, la opción por un producto u otro, un establecimiento u otro, o una marca u otra (insistimos, al margen del carácter de las motivaciones detrás de la decisión), tiene impactos diferentes sobre la estructura

⁷ *Las cooperativas de comida ecológica viven “un boom”*. La Vanguardia, 28/07/2008.

socioeconómica. En Cataluña las ventas del comercio minorista de alimentación cayeron un 3.8% en 2007 respecto al año anterior, mientras que las ventas de las grandes superficies aumentaron un 7.4%. Respecto al volumen de ventas, las 10 principales empresas de distribución concentran el 85% de las ventas del sector cotidiano. Estos datos⁸ no sólo implican cambios en las geografías físicas y del consumo, sino que confirman el dominio de la gran distribución en las compras alimentarias, un fenómeno ampliamente extendido. El hecho de que sean cada vez menos empresas las que venden la mayoría de los productos alimentarios que se consumen⁹ no sólo supone un incremento en el poder de decisión respecto a la oferta de productos, sino también en el poder de negociación con los productores. Desde el punto de vista de la toma de decisiones, las organizaciones de consumo ecológico, en cambio, suponen el establecimiento de modelos horizontales de relación productor-consumidor, a través de redes donde el poder es más bien difuso, frente al modelo agroalimentario dominante, en que el poder está cada vez más concentrado. En esta interacción se construye un modelo agroalimentario diferente que no se entiende únicamente en términos de minimización o eliminación de impactos ambientales y sociales, sino también de impactos políticos, en el sentido de que los extremos de la cadena alimentaria recuperen su cuota de autonomía y libertad a la hora de tomar sus decisiones. Como experiencia radical de empoderamiento, en las organizaciones de consumo ecológico se concreta un acercamiento entre productor y consumidor que contradice la dinámica dominante descrita más arriba en que la distancia entre estos agentes cada vez se alarga más, y que lleva asociados unos cambios (acercamiento de la producción a la tierra y vuelta a lo local frente a la desterritorialización y la internacionalización, horizontalidad en las relaciones frente a verticalidad) que implican un viraje drástico respecto al modelo agroalimentario dominante, tanto en términos de estructura como de funcionamiento. Estas experiencias de autoorganización de consumidores¹⁰ son iniciativas donde la principal motivación compartida es la alimentación saludable basada en un modelo productivo respetuoso con y ligado al medio. Pero además de este objetivo primero, estos colectivos consiguen la puesta en práctica de modelos de consumo y distribución fuera de las grandes superficies

⁸ Direcció General de Comerç de Catalunya, 2007.

⁹ Como ejemplo paradigmático, en el Estado español una empresa (Carrefour) vende uno de cada cuatro alimentos que adquirimos (García y Rivera, 2007).

¹⁰ Se usa indistintamente el término cooperativas para referirse a estos colectivos, si bien no todos están constituidos formalmente como tales. Existen también organizaciones que trabajan como grupos de consumo, generalmente menos politizados que otros formatos.

comerciales, la promoción de economías locales y la dinamización del mundo rural. Fomentando el consumo responsable y consciente los miembros de estos colectivos colocan en el centro de su alimentación las preguntas por el qué, el cómo, el cuándo y el de dónde proviene aquello que comen.

Todas funcionan de manera similar: personas normalmente del mismo barrio forman un grupo no muy numeroso que se organiza alrededor de un pequeño local donde reciben los alimentos directamente de los productores. Los modelos son fundamentalmente dos: el sistema de cesta semanal o el modelo 'a la carta'. El primer sistema es cerrado, el consumidor no decide sobre el contenido de la cesta. El segundo modelo supone que el consumidor puede elegir semanalmente los productos y las cantidades a consumir. Los miembros del colectivo, organizados en comisiones internas, asumen las tareas de contactar con productores y gestionar los pedidos, llevar la contabilidad¹¹ y dinamizar las relaciones con otros colectivos afines, y en todas las decisiones se toman de manera asamblearia. La oferta de productos alimentarios que se consumen en estos grupos es muy diversa, siendo más o menos variada según el proyecto. Es habitual que los grupos realicen compras conjuntas de algunos productos (aceite, por ejemplo). Como alimentos básicos en general se pueden adquirir productos frescos del campo (hortalizas, frutas, huevos, miel), productos elaborados (quesos, yogures, pan, zumos, mermeladas, conservas), producto seco (legumbres, pasta, arroz, harinas), aceite, carne y leche.

En términos de la relación productor-consumidor, en la adquisición de los productos existen dos fórmulas, el contacto directo con los productores (caso habitual del producto fresco y de algunos productos elaborados) y/o la compra a través de distribuidoras ecológicas (caso habitual de productos menos asequibles a nivel local). Es común que en estos colectivos se consuman asimismo productos de comercio justo (que generalmente son también ecológicos), atendiendo a criterios de justicia social y equidad distributiva que normalmente figuran en el ideario de estos grupos de consumo. Por otra parte, en algunos grupos se consumen también productos no alimentarios: de limpieza, higiene personal, cosmética. El nivel de autosuficiencia que se alcanza depende de factores tan variados como el tamaño del grupo, su perfil de poder adquisitivo o la propia capacidad de establecer contactos con proveedores.

¹¹ Algunos colectivos tienen una persona liberada para realizar estas tareas de gestión de pedidos y contabilidad, caso en que los miembros del grupo no pueden o no quieren dedicar tiempo a ese trabajo y optan por asumirlo económicamente (pagando un salario).

Como circuitos alternativos de consumo y distribución, si bien las organizaciones de consumo ecológico son todavía cuantitativamente poco significativas, proliferan de manera continua y cualitativamente tienen una gran relevancia, ya que activan y dinamizan procesos (culturales, sociales, políticos y económicos) que van en sentido contrario a las dinámicas dominantes en el seno del SAA actual:

- Ante los fenómenos de *deslocalización de la producción y dispersión urbana*, las organizaciones de consumo ecológico apuestan por un consumo y distribución locales y de circuito corto. Estos grupos trabajan en circuitos tan cortos como sea posible, en una triple dimensión: espacial (proximidad), temporal (consumo de productos de temporada) y en la cadena comercial (eliminando intermediarios innecesarios). Son prácticas de consumo alternativo en las que se recupera el espacio relacional entre agentes del sistema alimentario.
- Ante los fenómenos de *concentración de poder en la gran distribución*, las cooperativas de consumo ecológico son una iniciativa de horizontalidad en las relaciones entre actores (consumidores y productores) activos, dinamizando la creación de redes de poder difuso y estructuras de coordinación donde las decisiones sobre producción y consumo se toman de manera autogestionada y no mediada por otros agentes. También en el ámbito exclusivamente productivo existen iniciativas de creación de redes difusas. Recientemente en Cataluña pequeños productores agroecológicos han iniciado una estructura de coordinación (*'La Xarxeta'*) a través de la cual, entre otras cosas, dan mayor salida a sus respectivas producciones, a la vez que amplían la oferta para sus consumidores.
- Ante el *abandono de la actividad agraria*, las organizaciones de consumo ecológico contribuyen a mantener un mundo rural vivo apoyando proyectos de producción agraria local y generalmente agroecológicos. Concretamente, aquellos grupos que optan por el modelo de cesta semanal concentran su apoyo en un proyecto productivo o agricultor particular, con el que asumen un elevado nivel de compromiso que garantiza la viabilidad de la explotación.
- Frente a una *producción ligada a la agroindustria y a la gran distribución*, las organizaciones de consumo ecológico fomentan una forma de producción agraria sostenible, respetuosa con el medio, de calidad nutritiva y generadora de puestos de trabajo.
- Frente al *alejamiento productor-consumidor*, se mantienen relaciones personales directas, basadas en la confianza y en el diálogo sobre necesidades y posibilidades

mutuas. Este mecanismo de relación directa permite la participación y el control sobre el proceso productivo y el consumo. En el caso del modelo de cesta semanal, normalmente esta relación directa se plasma en la celebración de asambleas periódicas entre el colectivo y el proyecto productivo, una estructura horizontal de toma de decisiones en la que se acuerdan compromisos estables en el tiempo. En este marco se propicia la generación de una identidad colectiva entre productor y consumidor, a través del conocimiento mutuo de necesidades y problemáticas propias y compartidas. A este respecto, en Cataluña se ha puesto en marcha una iniciativa de coordinación entre productores y consumidores ecológicos (*'La Repera'*) precisamente para compartir ambas realidades y trabajar conjuntamente por una serie de objetivos comunes.

- Ante fenómenos de *estandarización y homogeneización de prácticas productivas y de consumo*, las organizaciones de consumo ecológico promueven una alimentación de temporada, dependiente de los ciclos naturales del campo y basada en variedades locales, y un consumo informado y autogestionado según las propias necesidades y criterios de consumo. El elemento del aprendizaje y la educación es un valor añadido de estos colectivos, herramienta que construye la coherencia discursiva y material de sus miembros y del proyecto mismo.

La movilización de personas como 'consumidores ecológicos' ofrece un contexto útil para empezar a examinar la gobernanza del consumo y las dinámicas de poder y agencia en las redes producción-consumo (Lockie, 2002). El rango de discursos que actúan sobre los patrones de consumo es mucho más amplio que aquellos específicamente dirigidos a la representación de 'demandas del consumidor'. Efectivamente, la proliferación de discursos y significados alrededor de la comida pueden actuar a favor o en contra de la expresión de agencia del consumidor, es decir, ser recursos para su empoderamiento o desempoderamiento. A este respecto, algunas demandas son más visibles y serán más probablemente satisfechas que otras a no ser que conocimientos y proyectos alternativos se pongan sobre la mesa (Lockie, 2002). La lucha por la definición del significado de los alimentos es la lucha por supremacía de unos determinados valores sociales y éticos. Agroecología y consumo ecológico organizado son experiencias concretas de transformación social que luchan por recuperar un determinado significado contra-dominante de las prácticas agroalimentarias, reivindicando en su discurso y práctica la dimensión social de la

alimentación y el contexto cultural e ideológico en que se realizan producción, distribución y consumo de alimentos. Goodman (1999) identifica en las redes agroalimentarias ecológicas una bio-política de la alimentación que se plasma en una lógica organizativa de conectividad basada en una ética relacional compartida entre quien produce y quien consume ecológico. Estructuras de participación y acción colectiva como las propuestas por los proyectos agroecológicos y de consumo ecológico organizado superan las respuestas individuales a problemas colectivos, erigiéndose en un potente frente de transformación social e incidencia política para cambiar el rumbo dominante en las prácticas agroalimentarias actuales. Plasmar la crítica discursiva a un modelo en la praxis cotidiana imprime una dimensión de profundidad y consistencia a los cambios. Una coherencia así entendida es básica para la transformación social, y el consumo agroecológico organizado tiene esta coherencia.

Bibliografía

- Abercrombie, N. (1994). *The Authority of the Consumer*: Routledge, London.
- Alonso Mielgo, A.M. (2002). “Desarrollo y situación actual de la agricultura ecológica: elementos de análisis para entender el caso español”, *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 192:123-159.
- Arce, A. y Marsden, T.K. (1993). “The social construction of international food: a new research agenda”, *Economic Geography*, 69, 3: 291-311.
- Armesto López, X.A. (2005). “Lecturas geográficas de la agricultura ecológica en Cataluña”, *Ería*, 66:27-43.
- Badal, M. y López, D. (2006). “Hacia un movimiento agroecológico en el Estado español”, *Archipiélago*, 71:29-34.
- Bonanno, A. (Ed.) (1994). *La globalización del sector agroalimentario*: MAPA, Madrid.
- Busch, L. y Juska, A. (1997). “Beyond political economy: actor networks and the globalization of agriculture”, *Review of International Political Economy*, 4, 4:688-708.
- Davis, J.H. y Goldberg, R.A. (1957). *A Concept of Agribusiness*: Harvard Business School, London.
- Díaz Méndez, C. (2005). “La modernidad alimentaria. Los debates actuales en la Sociología de la Alimentación”, *Revista Internacional de Sociología*, 40:7-38.

- Dixon, J. (1999). "A Cultural Economy Model for Studying Food Systems", *Agriculture and Human Values*, 16:151-160.
- Dixon, J. (2002). *The Changing Chicken. Chooks, Cooks and Culinary Culture*: UNSW Press, Sydney.
- Eurostat (2008). *Food: from farm to fork statistics*.
- Evans, N. (2001). "Reflexiones en torno al modelo agropecuario productivista" en García Pascual, F. (Coord.) *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbre y potencialidades*: MAPA, Madrid.
- Ferré, A. (1997). "Productos ecológicos y grandes superficies: dos realidades incompatibles" en Montagut, X. y Vivas, E. (Coords.) *Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*: Icaria, Barcelona.
- Fine, B. y Leopold, E. (1993). *The World of Consumption*: Routledge, London.
- Fine, B. (1995). "From political economy to consumption" en Miller, D. (Ed.) *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*: Routledge, London.
- Fine, B., Heasman, M. y Wright, J. (1996). *Consumption in the Age of Affluence*: Routledge, London.
- Friedland, W.H. (1984). "Commodity Systems Analysis: an approach to the sociology of agriculture, *Research in Rural Sociology and Agriculture*, 1:221-236.
- García, F. y Rivera, M. (2007). "'Supermercadolandia': el planeta de los supermercados" en Montagut, X. y Vivas, E. (Coords.) *Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*: Icaria, Barcelona.
- Gómez Mendoza, J. (2001). "Las "nuevas" funciones socioeconómicas y medioambientales de los espacios rurales" en García Pascual, Francisco (Coord.) *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbre y potencialidades*: MAPA, Madrid.
- Goodman, D. (1987). *From Farming to biotechnology*. Basil Blackwell.
- Goodman D. y Redclift, M. (1989). *The international farm crisis*: MacMillan Press, London.
- Goodman, D. (1999). "Agro-Food Studies in the 'Age of Ecology': Nature, Corporeality, Bio-Politics", *Sociologia Ruralis*, 39, 1:17-38.
- Goodman, D. (2001). "Ontology matters: The relational materiality of nature and agro-food studies", *Sociologia Ruralis*, 41, 2:182-200.

- Goodman, D. y DuPuis, M. (2002). "Knowing Food and Growing Food: Beyond the Production-Consumption Debate in the Sociology of Agriculture", *Sociologia Ruralis*, 42, 1:5-22.
- Hall, A. y Mogyorody, V. (2001). "Organic farmers in Ontario: an examination of the conventionalization argument", *Sociologia Ruralis*, 41, 4:399-422.
- Lockie, S. y Kitto, S. (2000). "Beyond the Farm Gate: Production-Consumption Networks and Agri-Food Research", *Sociologia Ruralis*, 40, 1:3-19.
- Lockie, S. (2002). "'The Invisible Mouth': Mobilizing 'the Consumer' in Food Production-Consumption Networks", *Sociologia Ruralis*, 42, 4:278-294.
- Malassis, L. (1973). *Économie agroalimentaire* : Cujas, París.
- Marsden, T.K. y Arce, A. (1995). "Constructing quality: emerging food networks in the rural transition", *Environment and Planning A*, 27, 8: 1261-1279.
- Mauleón, J.R. (s/f). "El Sistema Alimentario como área de estudio para la sociología". VI Congreso Vasco de Sociología.
- Mauleón, J.R. (2007). "Sistemas Alimentarios en España. Elementos clave de su estructura y dinamismo". IX Congreso Español de Sociología, Barcelona.
- Sanz Cañada, J. (1997). "El Sistema Agroalimentario Español" en Gómez Benito, C. y González Rodríguez, J.J. (Eds.) *Agricultura y sociedad en la España contemporánea*: CIS-MAPA, Madrid.
- Sevilla Guzmán, E. y Alonso Mielgo, A.M. (1994). "Para una teoría etnecológica centro-periferia desde la agroecología", pp. 448-460. I Congreso de Agricultura Ecológica, Toledo.
- Sevilla Guzmán, E. y Martínez Alier, J. (2006). "Orígenes del Movimiento Social Agroecológico en el Estado español y sus conexiones con Latinoamérica, en el contexto de los procesos antagonistas al neoliberalismo y la globalización" en Autoría Colectiva *Los pies en la tierra. Reflexiones y experiencias hacia un movimiento agroecológico*: Virus editorial, Barcelona.
- Sousa, I. de y Busch, L (1998). "Networks and agricultural development: The case of soy-bean production and consumption in Brazil", *Rural Sociology*, 63, 3:349-371.
- Tovey, H. (1997). "Food, environmentalism and rural sociology: On the organic farming movement in Ireland", *Sociologia Ruralis*, 37, 1:21-37.
- Viladomiu, L. (1985). *La inserción de España en el complejo soja-mundial*: Instituto de Estudios Agrarios, Pesqueros y Alimentarios, Madrid.

Whatmore, S. y Thorne, L. (1997). "Nourishing networks: Alternative geographies of food" en Goodman, D. y Watts, L. (Eds.) *Globalising Food: Agrarian Questions and Global Restructuring*: Routledge, London.