

Mobilización social y alternativas alimentarias en áreas urbanas: los grupos de consumo agroecológico en Madrid¹

Juan José MICHELINI (1) & Ricardo MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE (2)
& Luis D. ABAD ARAGÓN (3)

(1) Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid
(2) Instituto de Economía, Geografía y Demografía. CSIC
(3) Instituto de Economía, Geografía y Demografía. CSIC

RESUMEN: Los grupos de consumo constituyen la cara más visible de un conjunto de prácticas agroecológicas alternativas que han adquirido especial notoriedad en Madrid en años recientes, particularmente a partir del clima de movilización ciudadana inaugurada al calor del 15M. Este artículo analiza sus características y significado en un espacio central y otro periférico de Madrid —Lavapiés y Vallecas— y evalúa su capacidad para contribuir a propuestas de resiliencia urbana. Nuestros resultados muestran que el potencial socialmente transformador de estas iniciativas varía con el contexto territorial y los actores que las impulsan.

DESCRIPTORES: Movilización social. Redes alimentarias alternativas. Grupos de consumo agroecológico. Innovación social. Resiliencia urbana.

Social mobilization and alternative food question in urban areas: agroecological consumer groups in Madrid

ABSTRACT: Consumer groups are the most visible face of the alternative agroecological practices that have gained considerable importance in Madrid in recent years, particularly within the climate of citizen activism that has arisen in the wake of the 15-M movement. This

Recibido: 11.10.2016; Revisado: 27.12.2016

Correo electrónico: jjmichelini@ghis.ucm.es; ricardo.mendez@cchs.csic.es; luis.abad@cchs.csic.es.

Los autores agradecen los comentarios y sugerencias realizados por los evaluadores anónimos, que han contribuido a mejorar y enriquecer el manuscrito original.

¹ El presente artículo es un resultado de los siguientes proyectos del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad de España y el FEDER: *Revisitando la ciudad creativa en tiempos de crisis: actores factores y estrategias* (Ref. CSO 2013 –46712R) y *Espacios y prácticas económicas alternativas para la construcción de la resiliencia en las ciudades españolas* (Ref. CSO2015-65452-R).

article analyzes their characteristics and evaluates their potential to contribute to urban resilience in two locations in Madrid, Lavapiés and Vallecas, the former centrally located, the latter in the periphery. Our results show that the potential for these initiatives to generate social change varies with their territorial context and the actors who promote them. Their contribution to urban resilience strategies requires the promotion of local food systems based on dense stakeholder networks.

KEYWORDS: Social mobilization. Alternative food networks. Agroecological consumer groups. Social innovation. Urban resilience.

Introducción

El creciente malestar provocado por los efectos de la crisis económica iniciada en 2007, agravado por el injusto reparto de sus costes que supuso la imposición de medidas de austeridad fiscal y reformas estructurales de inspiración neoliberal, han animado una creciente movilización ciudadana que a las acciones de resistencia suma otras que proponen alternativas a un modelo de crecimiento económico, social y ambientalmente insostenible. Aumenta así el interés por conocer mejor un conjunto heterogéneo de prácticas económicas que proponen formas de producción, consumo, intercambio o financiación distintas a las dominantes y se basan en el desarrollo de redes horizontales de colaboración. La atención que ahora suscitan puede entenderse en la búsqueda de iniciativas que permitan diversificar las economías urbanas y hacerlas más inclusivas, sin ignorar las dimensiones social y ambiental del desarrollo.

Entre ellas son numerosas las referencias a las relacionadas con la producción y el consumo de alimentos, lo que incluye desde grupos de consumo y cooperativas de distribución a mercados de productores, huertos comunitarios urbanos o iniciativas de producción agroecológica en los entornos metropolitanos. Eso supone la progresiva densificación de redes de proximidad que integran a las ciudades con su entorno periurbano o rural, así como a personas preocupadas por aspectos éticos o ecológicos ligados a la producción de alimentos con activistas sociales, pero también con grupos que han modificado sus anteriores prácticas de consumo en un contexto post-crisis. En ese conjunto de prácticas destacan los grupos de consumo —tanto por su número como por su difusión— que ponen en contacto a productores agrarios que aplican formas de explotación sostenibles con consumidores urbanos organizados, al margen de los canales de distribución

dominados por grandes empresas. Pese a ello, la literatura especializada no ha prestado casi atención a estas experiencias, que constituyen un eslabón clave de los circuitos agroecológicos de proximidad.

Así, el objetivo del artículo es analizar el volumen, composición, localización funcionamiento interno y relaciones externas de los grupos de consumo agroecológico en la región metropolitana de Madrid y debatir su capacidad para promover nuevas alternativas de resiliencia urbana. En ese contexto, se propone evaluar el papel del entorno urbano en la configuración y trayectoria de estas iniciativas, un aspecto poco tratado en otros estudios. Las cuestiones que han guiado la investigación tienen que ver con la identificación de los actores que participan en ellas y sus motivaciones, el tipo de redes colaborativas que construyen, sus vínculos con el entorno socio-institucional y la influencia de este sobre el diferente significado de estas prácticas, o las principales debilidades observadas, para contrastar de forma crítica las evidencias extraídas de los casos investigados en Madrid con la bibliografía consultada.

El artículo se apoya en una aproximación metodológica cualitativa, con dos fases sucesivas y complementarias. Como punto de partida se elaboró una base de datos de las prácticas agroecológicas en la región metropolitana de Madrid. Para ello se consideraron los tres tipos con mayor presencia en el territorio: grupos de consumo, huertos urbanos y cooperativas agroecológicas. Dado que no existe un registro oficial para su identificación y localización, se recurrió a fuentes alternativas como son los numerosos sitios web creados por organizaciones, redes y grupos a partir del auge de estas iniciativas. En todos los casos se trata de sitios web dinámicos y actualizados, lo que asegura cierta fiabilidad de la información que pudo contrastarse en los casos analizados. De ese modo, los grupos de consumo considerados

son aquellos caracterizados por un cierto grado de institucionalización, es decir, vinculados a centros sociales auto-gestionados, asociaciones de vecinos, comercios agroecológicos, cooperativas escolares, etc. Indicios surgidos de la investigación sugieren que se trata, en realidad, de una práctica más difundida en Madrid que lo que esas cifras reflejan. Sin embargo, puede considerarse que las aquí analizadas son representativas del fenómeno.

A partir de esa base, se identificaron aquellas iniciativas localizadas en el barrio de Lavapiés y en Vallecas, elegidos por ser dos espacios representativos de la diversidad existente en la ciudad de Madrid, realizando un total de 15 entrevistas semi-estructuradas a informantes calificados vinculados a sus grupos de consumo mediante las cuales se consideró alcanzado un nivel suficiente de saturación de la información. Estas incluyeron el total de los grupos de consumo presentes en Vallecas en el momento del trabajo de campo, así como aquellos grupos de consumo más activos y visibles en el caso de Lavapiés.

Las entrevistas se estructuraron en baterías de preguntas organizadas en torno a cinco temas:

- a) contexto de creación y trayectoria del grupo,
- b) funcionamiento, organización y objetivos,
- c) vinculación con los productores y composición de la cesta de productos
- d) relación con otras iniciativas agro-ecológicas, con el tejido social, asociativo e institucional del barrio y con instituciones públicas
- e) balance final y perspectivas de futuro.

En cada uno de los apartados se incluyeron preguntas cerradas, pero se dio especial importancia a las abiertas, adaptadas a las características específicas de los actores entrevistados.

El perfil de los entrevistados se corresponde con el de los integrantes de los grupos de consumo, tratándose de personas jóvenes (en torno a los 30 años), solteros o en pareja, con un nivel educativo alto o medio-alto. Las entrevistas se realizaron en una sola sesión y tuvieron una duración de entre una hora y media y dos horas. En su mayoría, tuvieron lugar en los locales de funcionamiento del grupo de consumo y todas ellas fueron grabadas y transcritas.

En algunos casos, y por sugerencia del informante contactado, participaron de las entrevistas otras personas (entre una y tres), debido a su particular conocimiento de aspectos específicos de la historia y funcionamiento del grupo

de consumo. Estas entrevistas de carácter grupal (RUIZ OLABUÉNAGA, 2003) tienen un particular valor para la investigación en la medida en que permiten tanto enriquecer la información obtenida como confirmar y contrastar citas y datos ofrecidos por los participantes.

Finalmente, las entrevistas se complementaron con la participación en eventos organizados por algunos de estos colectivos tales como recorridos por huertos urbanos, asistencia a talleres informativos o mercados de economía social, que permitieron observar y contextualizar la actividad de estos actores en el terreno.

El artículo se organiza en cinco partes. En la primera se plantean algunas cuestiones teóricas a debate en torno a las prácticas agroecológicas. En la segunda se ofrece un panorama sobre el origen, volumen actual y distribución de las mismas en la región metropolitana de Madrid para abordar, en las dos siguientes, los casos de Lavapiés y Vallecas respectivamente. El artículo se cierra con un apartado de discusión y conclusiones que revisa de forma crítica algunas ideas presentes en la bibliografía consultada.

1. Economía alternativa y grupos de consumo agroecológico: algunas cuestiones a debate

El proceso de globalización contemporáneo, que tiene en el régimen de acumulación financiarizado y el modo de regulación neoliberal sus principales señas de identidad, es indisociable de la creciente vulnerabilidad a que se enfrentan amplios sectores sociales y territorios, origen de un creciente activismo que cuestiona esa racionalidad hegemónica (LAVAL & DARDOT, 2013; PECK, 2010).

Junto al desarrollo de nuevos movimientos sociales urbanos opuestos a ese modelo mediante diversas formas de resistencia ciudadana, también se produjo la aparición o recuperación de prácticas heterodoxas respecto a la economía dominante, limitadas inicialmente a núcleos reducidos y altamente movilizados (HARVEY, 2013; JANOSCHKA, 2015). Así, las referencias a la progresiva difusión de *economías y espacios económicos alternativos* (FULLER, JONAS & LEE, 2010) o *prácticas económicas alternativas* (CASTELLS & al, 2013; MÉNDEZ, 2015) se han multiplicado en la última década como reflejo de un cambio, tanto en la realidad como en su percepción, que ha promovido la creación de una *comunidad de investigación sobre economías diversas* (GIBSON-GRAHAM, 2008).

Pese a que «el concepto de alternativa económica es altamente inestable y relacional» (LEYSHON & *al*, 2004: 17), esas prácticas tienen en común la defensa de una economía con valores y capacidad transformadora donde la reciprocidad, la solidaridad, la responsabilidad compartida o la sostenibilidad ambiental hagan compatibles los beneficios económicos y sociales, generando cierto empoderamiento y capacidad de emancipación para sus participantes (MILLER, 2010; LAVILLE, 2010). Además, su desarrollo se asocia a la construcción de redes colaborativas como forma básica de organización y la proximidad espacial —además de la organizativa, la institucional y la cognitiva (BOSCHMA, 2005)— como base para establecer relaciones de confianza y procesos de aprendizaje colectivo. De ese modo, la difusión de prácticas económicas alternativas se ha vinculado a un *efecto de lugar* que favorece la puesta en marcha de dinámicas socialmente innovadoras (OOSTERLYNCK & *al*, 2013) entendidas como

«la implementación de nuevos arreglos sociales e institucionales, nuevas formas de movilización de recursos, nuevas respuestas a problemas para los cuales las soluciones disponibles se han mostrado inadecuadas, o nuevas aspiraciones sociales, tales como autonomía o empoderamiento» (KLEIN & *al*, 2012).

En particular, desde el punto de vista económico eso supone la (re) introducción de la justicia social en los sistemas de producción y asignación de recursos mediante una amplia diversidad de iniciativas que tienen como denominador común una lógica de redistribución y reciprocidad, mecanismos claves en la construcción de una economía solidaria (LAVILLE, 2010).

Pese a la indudable trans-escalaridad de las relaciones, pues

«lo local es producido en relación a lo global, es atravesado por lo global y no puede ser analíticamente separado de ese contexto» (NORTH, 2005: 221),

estas prácticas nacen y se concentran en determinadas ciudades y barrios, a partir de iniciativas que responden a necesidades localizadas, con predominio de los vínculos de proximidad que permiten contactos cara a cara. De acuerdo con MOULAERT & NUSSBAUMER (2005), comprender el modo en que las mismas tienen lugar en cada contexto local implica considerar sus funciones, modos organizativos y principios comportamentales (éticos, políticos), así como sus múltiples re-

laciones con el contexto local (historia, instituciones, territorio). En otras palabras, implica reconocer el papel de la cultura y el modo en que el espacio social local se articula con otras escalas espaciales.

Entre esas prácticas emergentes, las *redes alimentarias alternativas* basadas en principios agroecológicos y que tienen como objetivo un consumo responsable, una alimentación saludable y un reforzamiento de la justicia social y espacial alcanzan un lugar destacado (WATTS & *al*, 2005; ALLEN, 2010; BEDORE, 2010). Su objetivo común es hacer frente a una inseguridad alimentaria vinculada al *agribusiness* convencional y al sistema de aprovisionamiento de alimentos hoy dominante, lo que supone situar en la agenda política la cuestión alimentaria urbana (MORGAN, 2015). Para ello se trataría de promover experiencias de colaboración entre consumidores urbanos organizados y productores agroecológicos de las áreas rurales o periurbanas próximas que permitan superar la actual hegemonía de la gran distribución, lo que supone

«esfuerzos para re-espacializar y re-socializar la producción, distribución y consumo de alimentos» (JAROSZ, 2008: 231).

Además de los grupos de consumo, aquí pueden incluirse desde redes de productores agroecológicos a mercados de productores agrarios de proximidad, cooperativas de distribución de alimentos o huertos urbanos comunitarios, junto a tiendas y restaurantes agroecológicos (SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, 2009; LÓPEZ GARCÍA, 2015; ORTIZ, 2015).

Exponente destacado son los grupos de consumo agroecológico, que en España comenzaron a surgir en la última década del pasado siglo ligados a movimientos ecologistas o antiglobalización y se han multiplicado en los últimos años. Se definen como

«colectivos que agrupan gente de un mismo territorio (barrio, ciudad) con objeto de llevar a cabo un consumo alternativo, ecológico, solidario con el mundo rural, relocalizando la alimentación y estableciendo unas relaciones directas entre el consumidor y el productor a partir de unos circuitos cortos de comercialización» (VIVAS, 2010: 54).

Son aún escasos los estudios dedicados a estos grupos, pero pueden sintetizarse algunos de sus resultados en relación con los actores que participan en ellos y sus motivaciones, el tipo de redes colaborativas que construyen y su desigual inserción urbana, o su potencial

para promover una resiliencia más inclusiva, que son otras tantas cuestiones a contrastar de forma crítica con los casos investigados en la ciudad de Madrid.

a) Consumidores organizados como actores emergentes

Un primer rasgo a destacar es la incorporación de actores poco considerados en la literatura convencional sobre economía urbana. En su mayoría se trata de individuos que se adscriben a un grupo y mantienen relaciones informales, aunque en ocasiones llegan a formalizarlas mediante la constitución de una sociedad cooperativa. Sus características personales y sociales son variables, pero la presencia de adultos jóvenes, con un nivel formativo medio o alto resulta superior al promedio, mientras que los sectores populares y con bajo nivel formativo tienen menor presencia. No obstante, más allá de este rasgo inicial se observa una complejidad bastante superior respecto a motivaciones y grado de implicación de sus miembros, aspectos sustanciales para valorar su verdadero significado.

Sin duda alcanzan especial protagonismo aquellos que participan en los grupos como parte de su compromiso militante a favor del cambio social y cultural, al incluir entre los objetivos de su actividad la coparticipación y la consiguiente creación de lazos sociales, la reducción de la huella ecológica o el cuestionamiento general de un sistema económico que ignora o posterga esos fines. Se corresponden con los que CONILL & al (2013) califican como *culturalmente transformadores*, comprometidos en otros movimientos sociales y cuya implicación en estas redes se remonta más en el tiempo.

Junto con estos, también tienen una destacada presencia otros actores que se incorporan atraídos por estilos no convencionales de vida y consumo, así como aquellos que lo hacen por necesidad y muestran menor implicación con esos objetivos. Entre estos últimos se incluyen, por ejemplo, pequeños productores agrarios con dificultades de comercialización por los canales convencionales dominados por la gran distribución, o que se orientan a *nichos de mercado* específicos en donde se valoran ciertos componentes simbólicos e inmateriales ligados al producto, como es el caso de los alimentos ecológicos. Pero también individuos y grupos sociales afectados por una movilidad social descendente provocada por la crisis, que conlleva un cambio de comportamientos

y el abandono —al menos temporal— de su anterior pertenencia a sectores *culturalmente adaptados*, ajenos a estas prácticas.

b) Trabajo en red y pautas de distribución espacial

La estructura organizativa asociada a estas prácticas es siempre la red. Sus integrantes mantienen relaciones de reciprocidad densas, con vínculos materiales y simbólicos que permiten acumular capital relacional y son origen de culturas de pertenencia, con normas y valores compartidos. Suele afirmarse que en esas redes predomina «una nueva lógica horizontal de intermediación» (BAUWENS DIR., 2012: 21), con relaciones entre iguales sobre las de carácter vertical y jerárquico a que con frecuencia se ven sometidas las pequeñas empresas o los consumidores individuales. Se constituyen así *comunidades de práctica* en donde el intercambio de información y conocimiento, junto al trabajo en común, generan externalidades de red y potencian la generación de innovaciones sociales distribuidas (KLEIN & ROY, 2013). No obstante, también en este caso la diversidad parece bastante superior a la que sugieren las definiciones más convencionales.

Respecto a la estructura más o menos jerárquica de las redes y las relaciones que se establecen entre producción-consumo y campiñidad, parecen diferenciarse dos tipos básicos. Por un lado están aquellas que integran en condiciones de igualdad a consumidores urbanos y productores agrarios, aunque con predominio de los últimos en el origen de las iniciativas y en su gestión. Corresponden al modelo de las *Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne* (AMAP) francesas (RIPOLL, 2010; BLANC, 2012) o la *Subscription Community Supported Agriculture* (CSA), identificadas como *farmer-driven* (ADAM, 2006). Conllevan un compromiso estable de solidaridad y responsabilidad compartida, pues los agricultores destinan de forma prioritaria sus productos al grupo y los consumidores garantizan de forma anticipada su compra regular todo el año, pudiendo incluso colaborar en algunas tareas. Por otro lado, existen también redes integradas solo por consumidores urbanos, identificables con las *Shareholder CSA* americanas. En estos casos, esa relación con los productores es más débil e inestable, con una hegemonía del consumidor que alcanza su máximo grado cuando la compra periódica es de *cestas abiertas*, de composición y tamaño variable según sus necesidades, frente al mayor compromiso que suponen las *cestas*

cerradas, cambiantes según los productos disponibles en cada momento y con un pago igual todo el año.

Respecto a su distribución urbana, su nacimiento y desarrollo parece concentrarse en determinados lugares en función de las características del *milieu* (económicas, sociales, culturales, institucionales) y, en particular, en aquellos espacios urbanos definidos por su carácter socialmente innovador. En relación con esto último, algunos autores presuponen que serán más habituales entre grupos sociales marginados por el mercado convencional, densificando estas redes en aquellos barrios o sectores metropolitanos más vulnerables, donde la acumulación de factores de exclusión actuaría como catalizadora de prácticas alternativas de todo tipo (MOULAERT & *al*, 2010). Por el contrario, otros afirman que

«la innovación social no surge necesariamente en las comunidades más necesitadas, sino que tiende a hacerlo en las zonas que concentran más recursos para la acción colectiva tales como recursos culturales, redes sociales, ingresos o tiempo suficientes» (BLANCO & *al*, 2016).

Bajo ese supuesto, cabría esperar una mayor presencia de las mismas en barrios centrales gentrificados y sectores urbanos con elevada densidad de clases medias profesionales, movidas por cuestiones éticas o ideológicas. En cualquier caso, faltan todavía evidencias que permitan resultados consistentes y son muchas las aportaciones que pueden hacerse en ese sentido.

c) Potencialidades genéricas y debilidades específicas para una resiliencia urbana inclusiva

Las áreas urbanas españolas que apostaron por un crecimiento inmobiliario intensivo, con altas tasas de endeudamiento por parte de familias y empresas, se han visto profundamente afectadas por el agotamiento de ese modelo. Se plantea así la necesidad de respuestas eficaces que promuevan no un regreso a unos procesos urbanizadores marcados por la lógica mercantilista, sino una resiliencia urbana que sea socialmente inclusiva y transformadora, entendida como capacidad de adaptación positiva para enfrentar una crisis de origen externo reforzada por debilidades internas, para resurgir tras un proceso de renovación (PIKE & *al*, 2010). Frente a otros usos de un concepto controvertido en la bibliografía urbana reciente, lo que aquí se plantea no equivaldrá a la simple absorción

del impacto para regresar a una situación anterior de supuesto equilibrio, repitiendo modelos de crecimiento que se han demostrado insostenibles. Se tratará, en cambio, de movilizar aquellos recursos y capacidades disponibles y emprender acciones innovadoras que permitan encontrar mejores alternativas (LANG, 2011; MÉNDEZ, 2012; HALL & LAMONT EDS., 2013). En ese sentido, algunos autores han valorado de forma positiva la posible aportación de las prácticas alternativas a la consecución de ese objetivo (DREWE & *al*, 2008; PADDEU, 2012).

En el caso de las prácticas agroecológicas alternativas, se afirma que pueden favorecer la creación de actividades y empleos que la lógica competitiva del mercado no haría posibles, además de suponer un freno al modelo hiperconsumista de las últimas décadas y sus negativos impactos ambientales. En el plano social y político, pueden moderar la creciente desigualdad en el acceso a bienes y servicios además de generar una densificación de redes comunitarias en determinados barrios, promoviendo una ciudadanía más activa al animar diversas formas de participación.

Pero esas potencialidades genéricas tienen como contrapunto algunas debilidades específicas que a menudo presentan. Según LANDÁRIZ (2013) las cuatro más importantes son las siguientes:

- i. Respecto a las condiciones materiales, algunas redes resultan demasiado pequeñas y recientes como para asegurar su pervivencia a medio plazo, lo que se acentúa por la limitación de recursos económicos y el carácter informal de la actividad.
- ii. En el plano inmaterial, a eso se suman la escasa profesionalización en la gestión, la posibilidad de conductas internas no cooperativas o la limitada difusión de sus actividades, que frena su posible efecto transformador.
- iii. Desde una perspectiva evolutiva, en ocasiones se plantea que un éxito rápido y un excesivo crecimiento de la red puede debilitar el compromiso originario y conducir a una progresiva reproducción de estrategias convencionales en las que el beneficio económico prime sobre cualquier otro criterio.
- iv. Finalmente, el entorno no resulta favorable al desarrollo de estas iniciativas, tanto por la presión de los grupos económicos dominantes como por la habitual ausencia de apoyo público. La reticencia de algunos actores a una colaboración público-privada que pueda derivar en cierta forma de clientelismo no propicia tampoco mayores sinergias que ayuden a ampliar y consolidar estas iniciativas.

La investigación sobre grupos de consumo agroecológico en Madrid intenta aportar evidencias a una línea de investigación que aún ofrece más preguntas que respuestas sólidas y contrastadas.

2. Prácticas agroecológicas en la región metropolitana de Madrid

Las prácticas agroecológicas han adquirido una creciente notoriedad durante los últimos años en Madrid. En ese contexto, los grupos de consumo destacan por su volumen y difusión territorial. Tienen, además, una historia relativamente extensa, que se remonta a la última década del pasado siglo, directamente vinculada en sus inicios a los movimientos anti-globalización y anti-Maastrich. La defensa de la soberanía alimentaria como requisito para confrontar la inseguridad y la dependencia alimentaria, la recuperación de una agricultura campesina sostenible, particularmente en los entornos metropolitanos, la ruptura con los circuitos globales de comercialización o el reequilibrio de las relaciones campo-ciudad constituyeron algunos de los principales argumentos subyacentes a la aparición de los primeros *Grupos Autogestionados de Consumo* (GAKs) en 1997 (GALINDO, 2006). Fueron ocho grupos surgidos en los ámbitos urbanos más militantes —entre ellos Lavapiés y Vallecas— y abastecidos por un productor agroecológico de la provincia de Burgos. Esta experiencia de economía solidaria apostó por unas relaciones basadas en el diálogo y la atención a las necesidades de todas las partes, aunque siempre con el grupo de consumo como protagonista de la relación con los productores agrarios (GALINDO, 2010).

A comienzos de 2000 se fundó el movimiento *Bajo el Asfalto está la Huerta* (BAH), que dio lugar a la formación de diez grupos de consumo en diversos barrios de Madrid (VIVAS, 2010). La iniciativa tuvo su momento fundacional con la ocupación de una parcela en el municipio de Perales de Tajuña, en el sureste metropolitano, dando lugar a la primera cooperativa (*BAH Perales*). A esta le siguieron otras dos en núcleos metropolitanos periféricos (*BAH San Martín* y *BAH Galápagos*) y una tercera en la ciudad de Madrid (*Surco a Surco*). En este caso, se adoptó un modelo cooperativo en el que un conjunto de grupos de consumo se organiza en torno a un *grupo liberado* dedicado a la producción de alimentos y al abastecimiento, que también participa en las decisiones.

Ambos modelos continúan siendo una importante referencia para los nuevos grupos de

consumo en Madrid, especialmente en el ámbito de los movimientos sociales.

Sin embargo, es importante destacar también la influencia del nuevo ciclo de movilización ciudadana que culminó en el denominado *15M* de 2011 con la conformación de nuevos grupos de consumo, ya sea en los espacios de mayor tradición como Lavapiés o, especialmente, en los ámbitos periféricos de expansión urbana más reciente como los nuevos desarrollos urbanísticos de Vallecas.

En efecto, el *15M*

«encontró en el movimiento agroecológico un soporte a partir del cual articular una crítica a la organización neoliberal a través del modelo de consumo de recursos naturales, del modelo alimentario e, incluso, del modelo de ordenación de los territorios» (AMAT MONTESINOS & ORTIZ, 2015).

En ese contexto confluyeron movilizaciones sociales urbanas y rurales articuladas en torno a temas clave de la contestación agroecológica como el de la soberanía alimentaria o los circuitos cortos de comercialización, pero también otros de más amplio espectro como los bienes comunales, las comunidades en transición o la defensa del territorio, en particular, los espacios rurales frente al avance metropolitano. Ese nuevo ambiente favoreció, especialmente en las grandes ciudades, un interés creciente por prácticas alternativas de consumo alimentario materializadas en un crecimiento sostenido de los grupos de consumo, muchos de ellos vinculados a organizaciones de la sociedad civil de muy diverso tipo, tales como comunidades de vecinos o centros sociales autogestionados.

Sin embargo, la multiplicación de estas iniciativas durante el último lustro ha provocado una paralela diversificación de sus características (LANDÁRIZ, 2013). Así, junto a la recuperación del discurso agroecológico por colectivos involucrados en la contestación antisistema, hay que considerar la difusión de este tipo de prácticas entre ciudadanos menos comprometidos políticamente, aunque interesados por una alimentación saludable y respetuosa con el medio ambiente, asimilables a lo que HAENFLER & al (2015) identifican como *lifestyles movements*, orientados hacia el consumo y que promueven la acción individual sobre la colectiva, entendiéndose que sus acciones contribuyen al cambio social.

Más allá de los grupos de consumo, el espectro de prácticas agroecológicas alternativas

se ha ampliado en la región metropolitana de Madrid para incluir otros cada vez más habituales como son las cooperativas de consumo agroecológico o los huertos comunitarios urbanos. Aunque no existe una estadística oficial que permita cuantificar con precisión su número, la exploración de diversas fuentes ya mencionadas ha permitido dibujar con aproximación el mapa actual de estas prácticas. En relación con su distribución (FIGS. 1 a 3), el primer aspecto que destaca es su concentración en la ciudad capital, donde se localizan 121 de las 185 prácticas identificadas (65,4%), mientras la intensidad del fenómeno se diluye con la distancia, de forma que en

el entorno metropolitano hay registradas 64 iniciativas (34,6%).

Los grupos de consumo son, sin duda, la práctica más numerosa, manteniendo la centralidad como rasgo distintivo. Así, de los 117 grupos presentes en la región son 75 los ubicados en la ciudad central (64,1%) por 42 en su entorno metropolitano (35,9%). Incluso los huertos comunitarios, que son un fenómeno más reciente si se considera que la *Red de Huertos Comunitarios de Madrid* sólo contabilizaba seis en 2010, también se concentran en la capital, situándose allí 41 de los 60 existentes en la región (68,3%).

Fig. 1/ Prácticas agroecológicas en la región metropolitana de Madrid

Ámbito Territorial	Cooperativas de consumo	Grupos de consumo	Huertos comunitarios	Total
Ciudad de Madrid	5	75	41	121
Resto región metropolitana	3	42	19	64
Comunidad de Madrid	8	117	60	185

Fuente: Elaboración propia (a partir de páginas webs diversas y entrevistas)

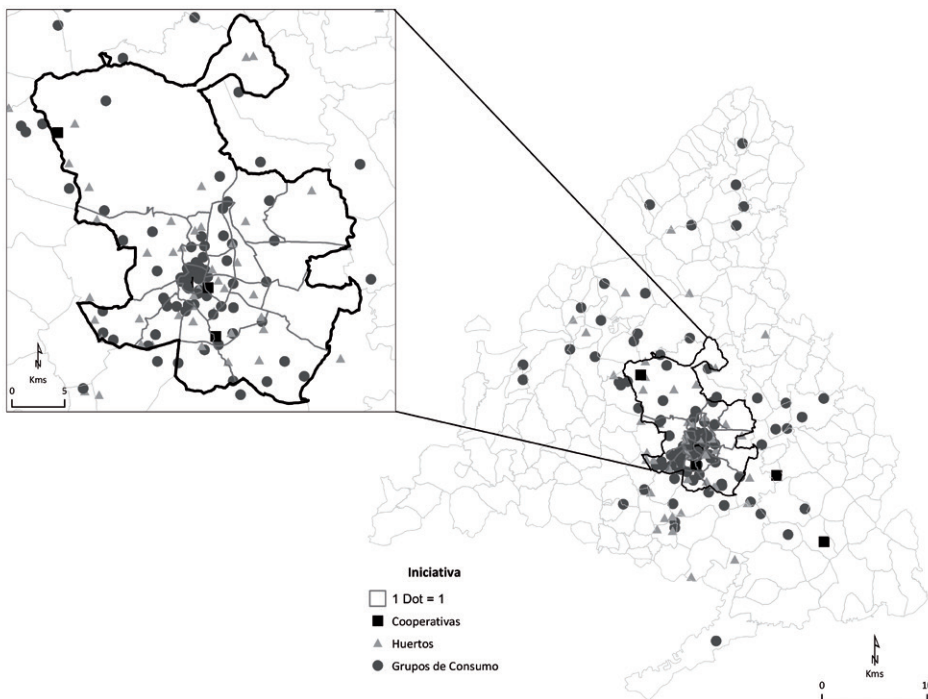


Fig. 2/ Prácticas agroecológicas alternativas en la región metropolitana de Madrid densidad de iniciativas.

Fuente: Elaboración propia a partir de páginas web diversas y entrevistas

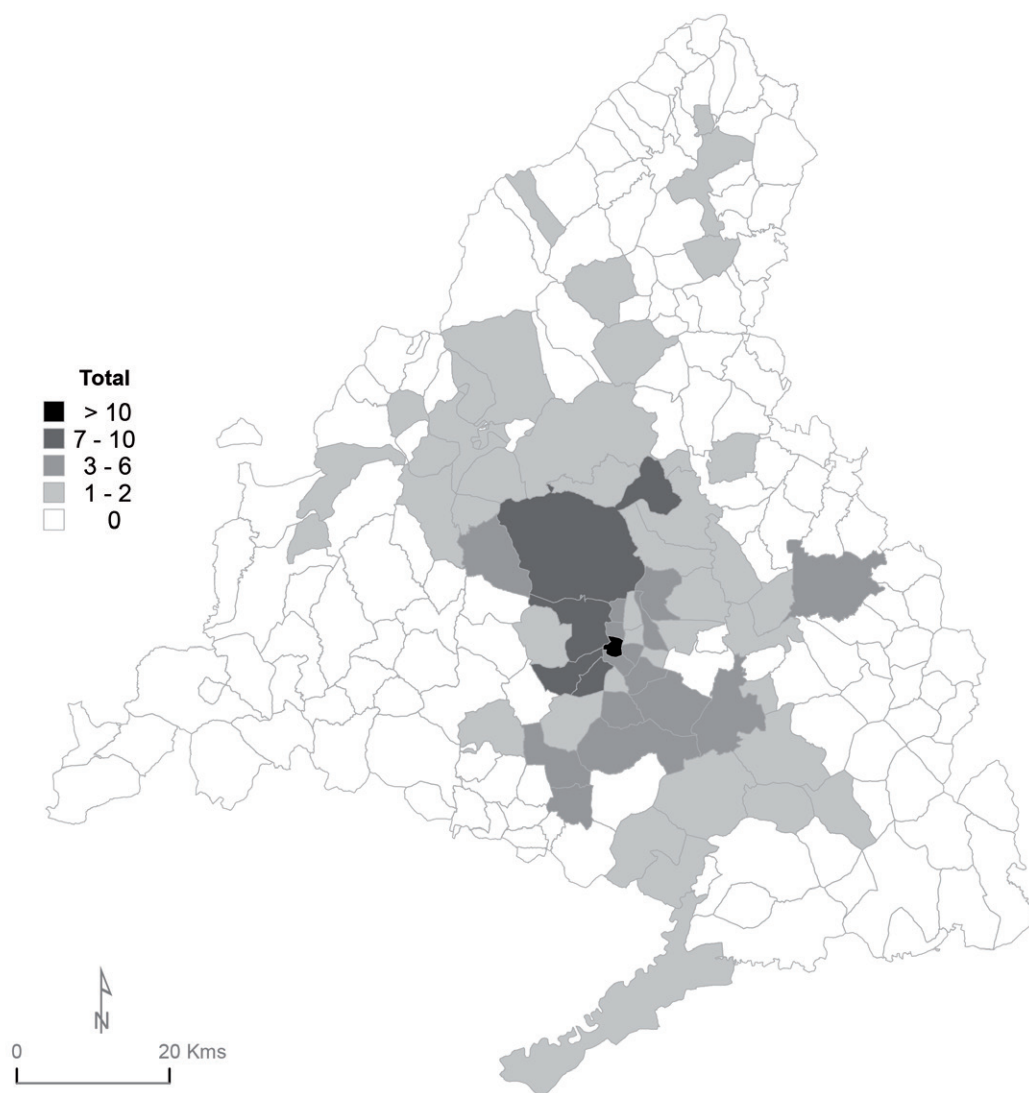


FIG. 3/ **Prácticas agroecológicas alternativas en la Región Metropolitana de Madrid: valores totales.**

Fuente: Elaboración propia a partir de diversas páginas web y entrevistas

En el interior de la ciudad de Madrid (FIG. 4) vuelve a reproducirse esa tendencia a la concentración espacial, pues de las 121 prácti-

cas allí localizadas, hasta 57 (47,1%) lo hacen en los siete distritos centrales (interiores a la autovía M-30) y de ellas 33 en el distrito

FIG. 4/ **Prácticas agroecológicas en la ciudad de Madrid.**

Áreas	Cooperativas de consumo	Grupos de consumo	Huertos comunitarios	Total
Distritos centrales	3	43	11	57
Distritos periféricos	2	32	30	64

Fuente: Elaboración propia (a partir de diversas páginas webs y entrevistas)

Centro, donde se ubica el barrio de Lavapiés. Los grupos de consumo son también aquí los más numerosos y los que presentan mayor concentración y centralidad. De los 75 identificados en la ciudad, son 43 (57,3%) los localizados en los distritos centrales y de ellos 28 en el núcleo histórico, a gran distancia de Carabanchel, en la periferia suroeste de la ciudad, que le sigue con sólo 6 grupos de consumo.

Las cooperativas son, en cambio, poco numerosas (5) y se encuentran dispersas

por la ciudad, sin una pauta de distribución definida. En el caso de los huertos comunitarios, en cambio, son los distritos periféricos los que concentran el mayor volumen con un total de 30 huertos (73,1%), frente a los 11 localizados en los distritos centrales, lo que refleja la mayor disponibilidad de suelo vacante, desde solares en desuso, áreas sin edificar o espacios adyacentes a instalaciones deportivas. La existencia de una red municipal de huertos urbanos que se dispersa por la ciudad, así como las alianzas que en muchos barrios se han establecido entre asociaciones vecinales, movimientos ciudadanos y centros educativos públicos, ha contribuido a su diseminación.

A continuación se analizan en detalle las características y dinámicas de los grupos de consumo en dos espacios integrados en la ciudad de Madrid: Lavapiés y Vallecas. El primero es un espacio central que en la actualidad presenta la densidad más elevada de este tipo de prácticas en el contexto madrileño, así como un elevado dinamismo y diversificación.

Mientras tanto, Vallecas aporta un contrapunto interesante al tratarse de un espacio localizado en la periferia urbana, con una composición social netamente diferente, donde el hecho de haber sido la cuna del movimiento vecinal madrileño acuñó su identificación con el activismo y la contestación social.

3. El caso de Lavapiés: prácticas agroecológicas como activismo militante

Lavapiés es un barrio marcado por una clara impronta identitaria, hasta el punto de haber sido descrito como un «lugar mítico, una manera de vivir, un estilo» (GÓMEZ, 2006). Tres aspectos resultan claves para comprender sus

actuales dinámicas territoriales: multiculturalidad, creatividad y contestación.

Desde finales del XIX, la personalidad del barrio se construyó por sucesivas oleadas migratorias que forjaron su personalidad sobre el sustrato del antiguo barrio musulmán y judío. Aquí, el componente demográfico se conjuga con el urbanístico para dotarlo de un carácter popular y cierta atmósfera de marginalidad. Estos *arrabales de extramuros* nunca abandonaron su carácter de *espacio de afuera*, y sus calles de trazado medieval refugiaron tanto a exiliados internos como externos —en particular, latinoamericanos— junto a los más recientes inmigrantes internacionales de finales del siglo XX —africanos, asiáticos y latinoamericanos—, lo que reafirmó su carácter multicultural, reflejado tanto en la diversidad de razas, lenguas y religiones como en la profusión de locales étnicos (PEÑALTA, 2010). Ese enclave en el centro de la ciudad ha sido un atractivo para dos tipos de actores que afirmaron su perfil más creativo y contestatario, que nutren la vida cultural alternativa del barrio

A partir de los años 80 floreció allí una de las comunidades activistas más representativas de la contestación política madrileña. Se trata de un colectivo muy heterogéneo cuyas diversas prácticas socio-políticas confluyen en un marco ideológico de confrontación con el sistema y tienen en la *okupación* de edificios asociados al declive urbanístico de esa época, la toma de plazas o la recuperación de solares para actividades diversas —huertos urbanos, mercados sociales— sus manifestaciones territoriales más evidentes.

Desde finales de los 90 otros actores reforzaron ese carácter alternativo protagonizando un proceso de *gentrificación* alimentado por las políticas urbanas neoliberales del Ayuntamiento de Madrid (SEQUERA, 2014). Se trata de un colectivo asimilable a la denominada *clase creativa* (FLORIDA, 2002): personas jóvenes, ocupados en profesiones liberales o artísticas y con elevado nivel de consumo, atraídos por su localización central, ambiente nocturno, diversidad cultural y tolerancia (DÍAZ ORUETA, 2007), lo que contribuyó a la transformación del barrio, densificando la aparición de manifestaciones culturales y artísticas, así como la continua invención de nuevos modos de vida cotidiana que alimentan la identidad barrial. De ese crisol emana cierto sentido emancipatorio reflejado en la producción y reproducción de una multiplicidad de prácticas alternativas.

En ese marco, puede decirse que las prácticas agroecológicas en Lavapiés son al mismo tiempo herederas de esa tradición militante y reflejo de los nuevos tiempos y actores que dotan de personalidad al barrio. En lo que sigue, las abordaremos centrando nuestra atención en su exponente mayoritario, los grupos de consumo, para destacar dos aspectos claves a la hora de interpretar su dinamismo: el peso del componente ideológico, es decir, su consideración como práctica social transformadora, y la densidad de redes socio-institucionales en que se insertan.

3.1. Los grupos de consumo en Lavapiés²

El barrio de Lavapiés es el espacio con mayor volumen de grupos de consumo en el contexto metropolitano y donde tienen una trayectoria más extensa, ya que su presencia en el barrio se remonta más de una década. La investigación realizada permitió identificar tres tipos de grupos según su origen y estructura organizativa:

- a) los que recogen la herencia de los experiencias pioneras en Madrid a finales de los 90;
- b) un conjunto impulsado por movimientos sociales, que funcionan en estrecha relación con algunos de los centros sociales y culturales del barrio y
- c) los impulsados por otros colectivos identificables con la clase creativa, desde aquellos surgidos en el seno de alguna de las librerías *trendy* del barrio, hasta los creados por colectivos naturistas que combinan la buena alimentación con el yoga y la meditación.

Los dos primeros confluyen en sus intereses y objetivos, siendo también los más visibles tanto por su participación en las actividades desplegadas por la comunidad militante del barrio como por su mayor presencia en las redes sociales.

Considerando sus dimensiones, estos grupos movilizan un importante número de cestas, entre 10 y 25 habitualmente. Ello se traduce en unas 30 personas por grupo en promedio, aunque en algún caso se superan los 70 integrantes. Estos responden al perfil de parejas jóvenes, frecuentemente sin hijos, o personas

que participan a título individual. En ellos el peso del componente militante es muy marcado y se manifiesta tanto en su discurso, sintetizado en la idea de que «la forma de comer es tan política como la forma de trabajar» (GALINDO & al, 2006: 115) como en sus objetivos, prácticas y vínculos establecidos con los productores.

Su mirada es reflejo de su activismo en diversas organizaciones y movimientos sociales del barrio. Es decir, tiene que ver con el *efecto lugar* asociado al contexto socio-institucional en la medida en que muchos de los grupos de consumo funcionan en Centros Sociales Autogestionados (CSA) o librerías, son impulsados por estudiantes universitarios, o surgen como resultado de las actividades de difusión desplegadas por algunos actores barriales, estando así impregnados del nuevo ambiente socio-político post-crisis que tuvo en Lavapiés un ámbito territorial privilegiado. Así, respecto de las motivaciones subyacentes a la formación de estos grupos, la mayor parte de los entrevistados destacó la práctica de un consumo socialmente comprometido, que cuestiona el papel de las grandes cadenas de distribución alimentaria global y defiende una nueva relación entre la ciudad y su entorno rural.

También en su práctica cotidiana la actividad de los grupos de consumo militantes excede la referencia al consumir sano. Esto es especialmente visible en el caso de aquellos vinculados a algunos de los Centros Sociales Autogestionados más representativos como *CSA Eskalera Karakola* o el *CSA Fe10*. En estos casos, además de funcionar en sus locales, integran sus respectivos proyectos militantes en un marco de confluencia de intereses políticos. De acuerdo con uno de los entrevistados:

«grupalmente hay una posición política clara... El estar en Lavapiés y en la RAL (*Red Agroecológica de Lavapiés*) es importante, hay una cierta pertenencia, hay actividades, gente que participa y estamos metidos. Se van creando vínculos, se van creando acciones»².

Ese compromiso se manifiesta también en el modo en que se construyen los vínculos entre consumidores y productores. Así, la mayor parte de los grupos entrevistados comparten el objetivo de privilegiar la viabilidad de éstos últimos y, en particular, del pequeño productor

² Entrevista grupo de consumo LV2.

campesino que basa su trabajo en prácticas ecológicas y en relaciones socio-laborales justas.

Para ello, el principal instrumento es la adopción de la *cesta cerrada* —con un contenido adaptado a la temporada y preestablecido— como mecanismo básico de articulación consumidor-productor. Eso exige mostrarse abiertos a adaptar sus hábitos alimenticios en función de objetivos socialmente relevantes, en particular la recuperación de espacios productivos devastados por el avance metropolitano y la promoción de un nuevo campesinado en ese contexto.

Los grupos de consumo del tercer tipo muestran algunas similitudes con los anteriores, pero también ciertas diferencias que, a pesar de su carácter minoritario, cabe apuntar aquí. La primera se relaciona con sus objetivos, pues en este caso se privilegia el *comer sano* mientras que la visión de esta práctica como instrumento de transformación social se hace más difusa. De acuerdo con uno de los entrevistados

«las personas de este grupo de consumo no quieren militar para comer, son progresistas, clases medias... Quieren un servicio basado en un consumo consciente y este servicio tiene ciertas características ligadas a otro modo de ver la producción, la distribución de la comida. Este tipo de consumo tiene un gran potencial de crecimiento, ahora hasta los supermercados tienen su zona de productos ecológicos»³.

Eso los aleja de la comunidad de intereses compartida por los anteriores, puesto que no mantienen relaciones con otros grupos de consumo en el barrio y su participación en actividades u organizaciones también vinculadas al consumo agroecológico es prácticamente inexistente. En algunos casos, la actividad del grupo de consumo es vista incluso como una forma de construir una comunidad en torno a una actividad económica específica —por ejemplo, una librería— que se pretende desarrollar.

Su forma de vincularse al productor es también diferente. En estos casos, el vínculo es con alguna cooperativa de producción del entorno —como *Ecosecha*, localizada en la periferia metropolitana— o de distribución —como la *Garbancita Ecológica*— que les provee de una amplia variedad de productos

en un modelo de *cesta abierta*. Finalmente, ello se traduce en unos vínculos internos más débiles —basados sobre todo en el uso de tecnologías digitales— y en un menor compromiso con la actividad del grupo, que en algunos casos llega incluso a poner en riesgo su continuidad.

3.2. La red socio-institucional agroecológica en Lavapiés

Un aspecto importante que contribuye a explicar el auge y dinamismo de los grupos de consumo en Lavapiés frente a otros espacios es la diversidad de actores y la densidad de un entramado socio-institucional agroecológico que ofrece un terreno fértil para la interacción y, por tanto, la circulación de informaciones, ideas, discursos y prácticas. Más aún, ese contexto se incrusta en otro más amplio, representado por multitud de movimientos y organizaciones sociales que favorecen la construcción de redes entre diversas comunidades, promoviendo tanto relaciones colaborativas y sinérgicas como la construcción de intereses comunes. Así, Lavapiés funciona como una red de redes que sostiene estas iniciativas, al tiempo que se nutre de ellas. Al respecto, uno de los entrevistados apuntaba:

«es fundamental como se tejen redes, se va afianzando el grupo y al final se acaban haciendo cosas diferentes, que no tienen que ver directamente con la compra de la comida y eso nos hace crecer como grupo»⁴.

Algunos de los principales actores que pudieron identificarse en ese entramado son los siguientes:

- Todos los entrevistados señalan a la *Red Agroecológica de Lavapiés* (RAL) como uno de los actores más relevantes. Promovida por algunos de los grupos de consumo más activos del barrio, articula a productores y consumidores, sirviendo tanto de canal de circulación de información entre grupos de consumo como de punto de contacto entre éstos y otros actores de la sociedad civil. Aunque para ello se sirve de medios digitales, son especialmente importantes ciertos eventos —Jornadas Agroecológicas, Jornadas de Presentación de Nuevos Productores y Talleres para la formación de grupos de

³ Entrevista grupo de consumo LV11.

⁴ Entrevista grupo de consumo LV5.

- consumo— junto a iniciativas como la *Certificación Social Participativa* de productores. La RAL sirve de amplificador de un discurso del que se nutren los grupos de consumo y que defiende la soberanía alimentaria mediante la promoción del campesinado, los canales cortos de comercialización y la corresponsabilidad entre productores y consumidores, contribuyendo al crecimiento de los grupos al recibir solicitudes de incorporación y distribuir las entre aquellos que cuentan con plazas vacantes.
- Desde el punto de vista de la distribución ha empezado a tomar forma el proyecto *Mercapiés*, un grupo de trabajo surgido de la RAL para gestionar las relaciones con los productores que sirve, además, como plataforma colaborativa entre grupos de consumo. Complementariamente, surgen también iniciativas como el *Mercado de San Fernando* para promover la cultura de la alimentación sana y el consumo agroecológico en sus diversas facetas. También en este caso el mercado se ha abierto a la colaboración con una cooperativa logística de abastecimiento surgida del movimiento 15M con el objetivo de promover la construcción de redes basadas en precios justos para los productores y accesibles para los consumidores.
 - Finalmente, en Lavapiés se localizan algunos de los huertos urbanos comunitarios más conocidos de Madrid dada su prolongada trayectoria y carácter innovador como el *Campo de la Cebada*, el *Solar de Grilo*, el del centro social *Tabacalera* o *Esto es una Plaza*, integrados en la *Red de Huertos Urbanos Comunitarios de Madrid*. Son iniciativas impulsadas por movimientos sociales, asociaciones vecinales o colectivos ecologistas, orientados a la recuperación de espacios públicos mediante la *liberación* de solares en desuso. Su carácter de huerto no guarda relación con el autoconsumo ni sirven al objetivo de proveer a los grupos de consumo con productos agroecológicos. Se trata más bien de experiencias lúdicas y educativas de las que participan algunos integrantes de estos y en las que se recrean actividades colaborativas que favorecen la cohesión social.

En definitiva, Lavapiés cuenta con un entorno institucional agroecológico muy consolidado, que ha favorecido la aparición de comunidades de práctica y la conformación de una *atmósfera* en el sentido *marshalliano*, basada

en una proximidad organizativa, cognitiva e institucional, además de espacial, que justifica la aparición de innovaciones tanto tecnológicas como sociales. Entre las primeras cabe mencionar, por ejemplo, la creación de *karakolas*, un software libre para la gestión de grupos de consumo creado por colectivos vinculados al centro social del mismo nombre y que ha comenzado a utilizarse en otros grupos de consumo del área metropolitana y del resto del país. Igualmente importantes son las innovaciones sociales, entre las que cabe mencionar la elaboración de una certificación de calidad participativa promovida por la *Red Agroecológica de Lavapiés*, que busca normalizar las convenciones que se han ido creando informalmente en el vínculo consumo-producción. Junto a una reducción considerable de costes de transacción, esta certificación supone el empoderamiento de los actores participantes en la medida en que son ellos quienes definen los principios y normas que garantizan esa certificación, junto a la generación de sinergias y construcción de confianza entre consumidores y productores.

4. El caso de Vallecas: prácticas agroecológicas, alimentación saludable y nuevos estilos de vida

La denominación genérica de Vallecas identifica al sector suroriental de la ciudad de Madrid, integrado por los distritos municipales de Puente de Vallecas y Villa de Vallecas. El primero, cuyo origen corresponde a un núcleo de extrarradio surgido en los inicios del siglo XX más allá de los límites del Ensanche planificado, mantuvo desde entonces un perfil social, morfológico y funcional de suburbio obrero. El segundo fue hasta mediados del pasado siglo un núcleo rural al que se fueron adosando áreas industriales y residenciales que consolidaron su plena integración en la ciudad.

En torno a esa realidad diversa se forjó un importante movimiento vecinal que constituye el embrión de la unidad barrial existente en el imaginario colectivo. El movimiento vecinal surgido en el tardo-franquismo tuvo su punto álgido en los primeros años de democracia, decayendo a finales de los años ochenta para ser sustituido por numerosos movimientos contraculturales, especialmente importantes en Puente de Vallecas, que se han mantenido hasta el presente, forta-

leciendo la idea de una identidad vallecana común (FERNÁNDEZ MONTES, 2007; LORENZI, 2009).

Sin embargo, durante la década de los noventa la realidad socio-demográfica de Vallecas dio un nuevo giro. En las zonas de más antigua ocupación se produjo la sustitución de una parte de la población originaria por inmigrantes extranjeros de escasos recursos, baja cualificación y muy móvil. Más recientemente, con el inicio de la actual crisis esta población fue progresivamente sustituida por población joven, por lo general expulsada del centro de la ciudad por el precio de la vivienda. Además, en los márgenes sur y este de Villa de Vallecas se llevó a cabo un importante desarrollo urbanístico bajo los criterios del urbanismo mercantilista propio de la década del *boom* inmobiliario. Ello produjo un espacio residencial —el PAU Ensanche de Vallecas—, compuesto por promociones de vivienda en manzana cerrada, articuladas por grandes avenidas pensadas para el vehículo privado y casi sin lugares de interacción vecinal a excepción de un gran centro comercial. Este desarrollo urbanístico fue ocupado mayoritariamente por adultos jóvenes de clase media y de cualificación alta y media-alta procedentes, sobre todo, de otros puntos de la ciudad.

En este contexto territorial, tan distinto al de Lavapiés, las prácticas agroecológicas alternativas presentan algunas características diferenciadas y son también menos numerosas. Destacan particularmente los grupos de consumo y una cooperativa —*La Garbancita Ecológica*—, mientras los huertos comunitarios juegan un papel testimonial por su carácter embrionario, al tratarse de experiencias muy recientes con escasa visibilidad social hasta el momento, surgidos en el seno de escuelas o asociaciones de vecinos.

4.1. Los grupos de consumo en Vallecas

Uno de los rasgos destacables de los grupos de consumo en Vallecas es su breve trayectoria. A diferencia de Lavapiés, su existencia no conecta con las experiencias de la segunda mitad de la década de 1990. Antes bien, son herederos del clima de movilización social impulsado por el 15M y no se remontan más

allá de 2011. La evidencia recogida muestra la influencia más o menos directa de grupos referentes localizados en Lavapiés. Todos los grupos de consumo de Vallecas cuentan con miembros que han pertenecido a otros del centro de la ciudad y que, al trasladarse al nuevo barrio, crearon o se integraron en alguno de ellos.

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

Pero junto a estos grupos que también muestran un carácter militante, vinculados a movimientos y organizaciones sociales, aquí también existen otros en los que el activismo político adquiere un papel secundario frente al énfasis en una alimentación saludable. A diferencia de Lavapiés, estos últimos son aquí claramente predominantes y, aunque reconocen orígenes diversos —asociaciones de vecinos, instituciones barriales, asociaciones escolares de padres o comercios agroecológicos—, comparten una misma visión sobre la práctica del consumo agroecológico. Esas diferencias tienen su reflejo en unas pautas de distribución espacial también heterogéneas, lo que pone en evidencia la influencia del contexto territorial en las características del grupo. Así, mientras los primeros se localizan en Puento de Vallecas, donde permanece vigente algo de la identidad contestaría vallecana, los segundos vienen asociados a los nuevos habitantes jóvenes de clases medias instalados en un período relativamente reciente en los nuevos desarrollos inmobiliarios de los márgenes de Villa de Vallecas.

⁵ Entrevista grupo de consumo VK3.

Esa dualidad condiciona la perspectiva con que se plantea la actividad de cada grupo, sus objetivos y dinámicas de funcionamiento. Así, de acuerdo con las entrevistas, los motivos para la creación de los grupos del primer tipo tienen que ver de nuevo con la soberanía alimentaria y la

«cuestión política del modo en que se está gestionando la distribución alimentaria en este país»⁵.

Esto se refleja también en el compromiso con el productor, materializado en la adopción del modelo de *cesta cerrada*, mientras para los segundos el énfasis se pone en la salud y la calidad de los alimentos consumidos. Así, uno de los entrevistados señalaba:

«el objetivo del grupo finalmente es comer sano, el consumo, y después cada uno individualmente sí que tiene su por qué elige comer así»⁶.

Al contrario que en el caso anterior, en estos grupos predomina el modelo de *cesta abierta*, en el que los productos se seleccionan teniendo en cuenta las necesidades y gustos del consumidor recurriendo, por lo general, a más de un proveedor. Además, también en estos casos se cuida menos el hecho de asegurar una demanda de productos sostenida durante todo el año, en particular cuando la mayor producción de la huerta coincide con el período de vacaciones de verano deteniendo, en consecuencia, la actividad del grupo. Finalmente, entre los grupos del segundo tipo la búsqueda de construcción de vínculos sociales en un entorno que no los favorece constituye un factor subyacente a la incorporación de algunos de los nuevos residentes.

4.2. La red socio-institucional agroecológica en Vallecas

Si en Lavapiés se ha desarrollado un tejido socio-institucional relativamente denso en torno a las prácticas agroecológicas, en Vallecas éste se caracteriza por su debilidad. Se trata de un aspecto llamativo, que contrasta con su pasado militante y sus señas de identidad vinculadas a la contestación social.

En ese escenario destaca la cooperativa *La Garbancita Ecológica*, un caso especial entre

las prácticas alternativas de consumo agroecológico en Vallecas, tanto por ser la única cooperativa de este tipo en el área y una de las más importantes en el contexto metropolitano como por su claro posicionamiento ideológico basado en la articulación entre cuestión alimentaria y praxis política. Esta cooperativa fue creada por antiguos activistas del movimiento agroecológico en 2007 y se localiza en Puente de Vallecas, en el local del *Centro Social La Lavandería*, utilizado por uno de los primeros grupos de consumo integrantes de la red de GAKs antes mencionada.

Su actividad responde a un doble objetivo: la distribución de productos agroecológicos y la sensibilización ciudadana respecto de la cuestión alimentaria. El primero de esos pilares pretende asegurar a consumidores y agricultores vinculados a la cooperativa una estructura estable y profesionalizada de distribución y comercialización durante todo el año. Se busca hacer viable la oferta agroecológica más allá de los canales de distribución convencionales, lo que en opinión de sus responsables no sería posible con la mera existencia de una multitud de grupos de consumo funcionando voluntaria y desarticuladamente. Con el segundo objetivo se busca difundir la práctica de una nueva cultura alimentaria para generar una demanda creciente de consumidores agroecológicos informados y conscientes. Para ello han puesto en marcha diferentes instrumentos, tales como la revista *Tachai*, diversos programas y talleres sobre alimentación saludable para alumnos, padres y personal de centros escolares, actividades de colaboración con la Universidad Autónoma de Madrid para la formación práctica de sus alumnos y participación en programas de *Radio Vallecas* y en fiestas populares del barrio.

Cuenta con una estructura relativamente importante, articulada en torno a una Junta Rectora formada por 21 de los 33 socios fundadores. En torno a ese núcleo se despliegan diversos espacios de participación — Grupo de Contabilidad, de Redes Sociales, Ecofeminista, de Alimentación Responsable en la Escuela (GARE), de Relaciones campo-ciudad— que dan cuenta de la diversidad de intereses de la cooperativa. En ellos colaboran unas cien personas entre consumidores y productores, que son invitados a participar activamente en las asambleas de acuerdo

⁶ Entrevista de consumo VK5.

con su grado de implicación. Finalmente, la cooperativa da empleo a siete personas asalariadas, cinco a jornada completa y dos en prácticas.

El valor principal de esta experiencia es que ha intentado superar —y en cierto sentido lo ha logrado— los cuellos de botella que aparecieron hace ya diez años con las primeras experiencias de los GAKs madrileños, tanto en relación con la distribución y la comercialización como con la divulgación de una nueva cultura alimentaria. De hecho, siete años después de haber sido creada la cooperativa, comienzan a aparecer en la ciudad proyectos inspirados en el modelo de *La Garbancita*, aunque apoyados por lo general en plataformas digitales.

Aunque la presencia de un actor con esas características invita a pensar en un tejido socio-institucional consolidado, nuestra investigación puso de manifiesto una realidad bastante distinta. Así, el perfil y las dinámicas de los actores no han contribuido a configurar un panorama socio-institucional que facilite la sostenibilidad y reproducción del modelo en Vallecas. En el caso de *La Garbancita*, es notoria la ausencia de vínculos con los grupos de consumo allí localizados, hecho que contrasta con la amplia red de clientes —grupos de consumo, familias y consumidores individuales— a los que abastece en el ámbito metropolitano. Es aún más destacable la ausencia de vínculos con aquellos grupos de consumo de carácter militante, vinculados a *Centros Sociales Autogestionados* o a la *Asamblea del 15M* de Vallecas. De acuerdo con las entrevistas, dos aspectos parecen incidir especialmente en ese hecho. Por un lado, la importancia dada por los integrantes de los grupos de consumo al carácter autogestionario de su actividad, perspectiva que sitúa a la cooperativa en el papel de mero intermediario entre producción y consumo. Por otra parte, la escasa empatía de la mayor parte de los grupos de consumo de Vallecas con el posicionamiento ideológico que rige el funcionamiento de la cooperativa.

Por otra parte, los vínculos entre los grupos de consumo suelen ser puntuales e informales. Si bien la transmisión de información y el apoyo mutuo son habituales en sus momentos iniciales, cuando los grupos de reciente creación acuden a los de mayor experiencia para recabar conocimientos, herramientas organizativas o proveedores, tienden posteriormente a funcionar de manera autónoma y pese al entorno de proximidad y conoci-

miento mutuo, todos los grupos admitieron una tendencia a cerrarse en sí mismos, sin apenas capacidad para construir una red estable de cooperación que les pudiera permitir, entre otras cosas, una gestión integrada de los pedidos. Tampoco en el caso de aquellos grupos localizados en Puente de Vallecas, que comparten un interés militante, se observaron articulaciones concretas y sostenidas más allá de la participación circunstancial en eventos específicos. Así, cada uno de ellos circunscribe su actividad al ámbito de las organizaciones sociales a las que se vinculan —*Centro Social La Villana*, *Centro Social la Brecha* o *15M*—.

Finalmente, el entorno socioeconómico de Vallecas tampoco facilita la consolidación y expansión de las prácticas agroecológicas. Por un lado, el impacto del desempleo, la importante presencia de grupos sociales de bajos ingresos, el peso de la inmigración y de grupos en riesgo de exclusión, o el envejecimiento de la población obstaculizan la creación de nuevos grupos de consumo como consecuencia del coste relativamente más elevado de los productos agroecológicos, por lo que apenas participan en estas iniciativas. Por otra parte, en el caso de los grupos de consumo formados por integrantes de las clases medias llegadas a los desarrollos inmobiliarios periféricos, el escaso compromiso militante tampoco ha favorecido la construcción de redes y el escalamiento de estas prácticas.

5. Discusión y conclusiones

El objetivo de este artículo ha sido analizar las características y significado de los grupos de consumo agroecológico en dos espacios de la ciudad de Madrid con características contrastadas y su potencial para contribuir a propuestas alternativas de resiliencia urbana. Estos grupos constituyen la cara más visible de un fenómeno más amplio —las prácticas agroecológicas alternativas— que cobró gran fuerza en años recientes tanto en el contexto metropolitano de Madrid como del conjunto de España. Representan, además, la continuidad de un movimiento iniciado hace más de dos décadas que denuncia la irracionalidad del modelo de urbanización neoliberal y aboga por la defensa de la agricultura campesina mediante la recuperación de circuitos cortos de proximidad.

Desde esa perspectiva, pueden constituir un factor de impulso para la construcción de

modelos alternativos de desarrollo metropolitano. Sin embargo, la evidencia recogida en esta investigación pone de manifiesto que es preciso considerar las condiciones socio-territoriales específicas en que surgen y se desarrollan esas experiencias, así como el marco institucional en que se insertan, si se pretende favorecer su difusión en el territorio y, sobre todo, potenciar su carácter socialmente transformador.

Un primer aspecto a considerar es que en la actualidad los grupos de consumo agroecológico no responden ya a un único modelo. Sus prácticas se inscriben en el marco de la progresiva complejización de una sociedad en la que diversos colectivos —desde la denominada *clase creativa* hasta los nuevos movimientos sociales *antisistema*— han hecho emerger la cuestión alimentaria con perspectivas muy diferentes, desde aquellas en que destaca la impronta cultural de los nuevos tiempos, hasta otras en las que la alimentación adquiere un carácter político.

En cuanto a su inserción urbana, el caso de Madrid muestra que se trata de un fenómeno espacialmente concentrado en la capital y, de forma especial, en ciertos ámbitos centrales de la ciudad como Lavapiés. Aquí, la densidad de un trazado urbano propio de los centros históricos, junto al abigarramiento de actividades contra-culturales y contestatarias, favorece la creación de una atmósfera que a la proximidad física une la social y cultural. En ese contexto socio-institucional denso, que propicia la construcción de una comunidad de intereses, la mayor parte de grupos de consumo entrevistados se nutre de una tradición militante que condiciona sus objetivos y prácticas. Se trata de un marco que favorece la circulación de informaciones, así como la puesta en marcha y la difusión de innovaciones tanto económicas como sociales que refuerzan códigos y discursos compartidos.

Como contrapunto de lo anterior, en ámbitos urbanos periféricos como Vallecas esos mismos factores favorecen un *efecto lugar* que actúa de manera muy diferente. Aquí la práctica del urbanismo neoliberal de la última década ha dejado como legado una morfología urbana socialmente disruptiva. Se trata de espacios con una identidad difusa, coherente con la debilidad del tejido social y la fragilidad de la vida comunitaria, que han contribuido a diluir progresivamente la identidad contestataria asociada a su pasado obrero. En el caso de la Villa de Vallecas, el nuevo entor-

no urbanístico construido en las dos últimas décadas favoreció la llegada de una nueva población de jóvenes de clases medias profesionalizadas, cuyos valores e intereses son más próximos a los de la *clase creativa* que a aquellos que sustentan el accionar de los movimientos sociales.

Todo ello se refleja en las características y funcionamiento de los grupos de consumo allí localizados que, aunque similares en dimensiones y organización, presentan claras diferencias con aquellos. En este caso se trata de motivaciones, sobre todo, individuales como la búsqueda de una alimentación saludable o el consumo responsable, evitando las grandes cadenas comercializadoras. En otras palabras, aquí los grupos de consumo se relacionan más con la confluencia de intereses o modos de vida que con lógicas de acción colectiva movilizadas por una conciencia dirigida a la acción transformadora. No resultan, por tanto, del ambiente de movilización del barrio, sino que constituyen una práctica trasplantada por los nuevos vecinos y utilizada frecuentemente para la construcción de vínculos sociales en el nuevo entorno, lo que permite comprender también el carácter fragmentario de las iniciativas.

El caso más notorio en ese sentido es la total desconexión de *La Garbancita Ecológica*, una de las cooperativas agroecológicas más activas en el contexto de Madrid, con los grupos de consumo de Vallecas, ajenos a sus planteamientos reivindicativos. Del mismo modo, el menor nivel de politización, interés e implicación se traduce en unos lazos más débiles y difusos y, por tanto, una menor fidelidad con el productor. Aunque las relaciones consumidor-productor se basan en la confianza mutua, esa actitud en cierto modo pasiva contribuye a empobrecer tanto esos vínculos como el proyecto o la articulación con otros colectivos.

Los casos de Lavapiés y Vallecas muestran así que, más allá de la dotación de recursos para la acción colectiva, la vitalidad y el potencial socialmente transformador de los grupos de consumo —desde la construcción de un sentido de comunidad en el barrio a la integración en redes socio-institucionales locales, o la construcción de vínculos fuertes y estables entre consumidores urbanos y productores periurbanos— se relacionan tanto con las características del entorno territorial local en el que surgen como con el tipo de actores que los impulsan. Más aún, si se plantea su potencial para contribuir a

la construcción de alternativas de resiliencia urbana más allá de la escala de barrio, es preciso considerar su integración en las políticas urbanas, lo que remite al papel de los gobiernos locales y redes de gobernanza a escala metropolitana.

En ese sentido, tanto en Lavapiés como en Vallecas las prácticas agroecológicas y, en particular, los grupos de consumo han enfrentado la falta de apoyo institucional por parte del Ayuntamiento de Madrid. Se trata de un aspecto clave, reflejado en la falta de organismos específicos con capacidad para abordar la cuestión alimentaria de manera integral. Sólo tras la llegada, en junio de 2015, del nuevo gobierno surgido del seno de los movimientos ciudadanos comienzan a verse tímidos intentos de articulación entre éstos y el gobierno local, aún por concretar.

En este nuevo marco en construcción pueden proponerse algunas reflexiones finales para lograr una mejor integración de la cuestión agroecológica en una estrategia de resiliencia urbana inclusiva, sintetizadas en tres principales. En primer lugar, ese apoyo debería permitir a los grupos de consumo y cooperativas agroecológicas superar las principales debilidades que amenazan su supervivencia, relacionadas tanto con el reforzamiento de capacidades organizativas y de gestión como con una mejor logística de los productos agroecológicos. En segundo lugar, desde el punto de vista de la difusión de este tipo de prác-

ticas, es preciso considerar su replicabilidad en barrios caracterizados por una elevada vulnerabilidad. En los dos casos estudiados, la creación de grupos de consumo sigue siendo una actividad más propia de clases medias y colectivos que, de un modo u otro han logrado sortear los efectos más nocivos de la crisis. En consecuencia, en el caso de Madrid la creación de grupos de consumo —tanto impulsados por movimientos sociales como por otro tipo de actores— está desprovista de un sentido de justicia alimentaria. En tercer lugar, es fundamental promover la construcción de redes socio-institucionales que, además de construir y fortalecer vínculos entre grupos de consumo, pongan en común diversas actividades agroecológicas —huertos urbanos y cooperativas, pero también otras como mercados de productores o bancos de semillas— como instrumento para crear verdaderas *comunidades de práctica* en el territorio.

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

Bibliografía citada

- ADAM, K.L. (2006): *Community Supported Agriculture*. National Sustainable Agriculture Information Service (ATTRA), nº IP289, p.1-16. Disponible en: https://attra.ncat.org/publication.html#local_food
- ALLEN, P. (2010): «Realizing justice in local food systems», en: *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 3, nº 2, p. 295-308.
- AMAT MONTESINOS, X., & ORTIZ PÉREZ, S. (2015): «La ruralidad del 15-M. Iniciativas desde el movimiento agroecológico alicantino», en: *ACME: An international E-Journal for Critical Geographies*, vol. 14, nº 1, 185-199.
- BAUWENS, M. (ed.) (2012): *Synthetic overview of the collaborative economy*. P2P Foundation. Disponible en: <http://p2p.coop/files/reports/collaborative-economy-2012.pdf>
- BEDORE, M. (2010): «Just urban food systems: a new direction for food access and urban social justice», en: *Geography Compass*, vol. 14, nº 9, p. 1418-1432.
- BLANC, J. (2012): «Construire l'alternative agro-alimentaire: resorts sociaux et politiques de déploiement des AMAP en Île-de-France», en: *Noréis*, nº 224, p.1-34.
- BLANCO, I. & al, (2016): « El papel de la innovación social frente a la crisis», en: *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, nº188, p. 249-260.
- BOSCHMA, R.A. (2005): «Proximity and innovation: a critical assessment», en: *Regional Studies*, nº 39, p.31-74.
- CASTELLS, M. & al, (2013): «Más allá de la crisis: la aparición de prácticas económicas alternativas», en: CASTELLS, M. & al, (eds.). *Después de la crisis*. Alianza Editorial, Madrid, p.287-332.

- CONILL, J. & al, (2013): *Otra vida es posible. Prácticas económicas alternativas durante la crisis*, UOC Ediciones, Barcelona.
- DÍAZ ORUETA, F. (2007): «Los grandes proyectos de desarrollo urbano y la reconfiguración socio-espacial de las ciudades: el barrio de Lavapiés (Madrid)», en: *Cuaderno Urbano*, nº 6, p. 169-194.
- DREWE, P. & J-L. KLEIN & E. HULSBERGEN (dir.) (2008): *The challenge of social innovation in urban revitalization*, Techne Press, Amsterdam.
- FERNÁNDEZ MONTES, M. (2007): «Vallecas, identidades compartidas, identidades enfrentadas: La ciudad, el pueblo y el campo, el suburbio y el barrio», en: *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, vol.15, nº1, p.33-83.
- FLORIDA, R. (2002): *The rise of the creative class*. Basic Books, Nueva York.
- FULLER, D. & al, (eds.) (2010): *Interrogating alterity. Alternative economic and political spaces*, Ashgate, Farnham.
- GALINDO, P. (2010): «GAKs y La Garbancita Ecológica. Trece años de consumo responsable agroecológico». Disponible en: http://www.ecoport.net/Temas-Especiales/Desarrollo-Sustentable/gaks_y_la_garbancita_ecologica_trece_anos_de_consumo_responsable_agroecologico [Acceso 12/10/2015].
- (coord.) (2006): *Agroecología y consumo responsable. Teoría y práctica*, Quehaceres, Madrid.
- GIBSON-GRAHAM, J.K. (2008): «Diverse economies: performative practices for other worlds», en: *Progress in Human Geography*, vol. 32, nº 5, p. 613-632.
- GÓMEZ, M. (2006): «El barrio de Lavapiés, laboratorio de interculturalidad», en: *Dissidences. Hispanic Journal of Theory and Criticism*, vol. 2, nº 1, p. 42. Disponible en: <http://digitalcommons.bowdoin.edu/dissidences/vol1/iss2/12/> [Acceso 15/09/2014].
- HAENFLER, R. & B. JOHNSON & E. JONES (2012): «Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements», en: *Social Movement Studies*, nº 11, p.1-20.
- HALL, P.A. & LAMONT, M. (ed.) (2013): *Social Resilience in the Neoliberal Era*. Cambridge University Press, Cambridge.
- HARVEY, D. (2013): *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*, Akal, Madrid.
- HEALEY, S. (2009). «Economies, Alternative», en KITCHIN, R. & THRIFT, N. (eds.). *International Encyclopedia of Human Geography*, Elsevier, Amsterdam, p. 338-344.
- JANOSCHKA, M. (2015): «Politics, citizenship and disobedience in the city of crisis: a critical analysis of contemporary housing struggles in Madrid», en: *Die Erde*, vol.146, nº 2-3, p. 100-112.
- JAROSZ, L. (2008): «The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas», en: *Journal of Rural Studies*, nº 24, p.231-244.
- KLEIN, J-L. & M. ROY (2013): *Pour une nouvelle mondialisation. Le défi d'innover*, Presses de l'Université du Québec, Quebec.
- & al, (2012): «The Quebec system of social innovation. A focused analysis on the local development field», en: *Finisterra*, vol.47, nº 94, p.9-28.
- LANDÁRIZ, A. (2013): «Una reflexión sobre los grupos de consumo». *Ekintza Zuzena*. Disponible: <http://www.nodo50.org/ekintza/spip.php?article606> [Acceso 10/10/2014].
- LANG, T. (2011): «Urban resilience and new institutional theory. A happy couple for urban and regional studies?» en: B.MÜLLER (ED.). *Urban regional resilience: how do cities and regions deal with change?* Springer Verlag, Berlín-Heidelberg, p. 15-24.
- LAVAL, C. & P. DARDOT (2013): *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*, Gedisa, Barcelona.
- LAVILLE, J.L. (2010): «The Solidarity Economy: an international movement», en: *RCCS Annual Review*, nº 2, p. 1-39. Disponible en: <https://rccsar.revues.org/202>.
- LEYSHON, A. & al, (eds.) (2003): *Alternative economic spaces*, Sage Londres.
- LÓPEZ GARCÍA, D. (2015): *Producir alimentos. Reproducir comunidad*, Libros en Acción, Madrid.
- LORENZI, E. (2009): «Vallecas y la construcción de la identidad barrial», en: V. PÉREZ QUINTANA & P. SÁNCHEZ LEÓN (eds.), *Memoria ciudadana y movimiento vecinal. Madrid 1968-2008*, Libros de la Catarata, Madrid, p. 79-98.
- MÉNDEZ, R. (2012): «Ciudades y metáforas: sobre el concepto de resiliencia urbana». *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales*, vol. XLIV, nº 172, p. 215-231.
- (2015): «Redes de colaboración y economía alternativa para la resiliencia urbana: una agenda de investigación», en: *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 25 noviembre 2015, disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1139.pdf>.
- MILLER, E. (2010): «Solidarity economy: key concepts and issues», en KAWANO, E. & al., (eds.). *Solidarity Economy: Building alternatives for people and planet*, Center for Population Economics, Amherst.
- MORGAN, K. (2015): «Nourishing the city: the rise of the urban food question in the Global North», en: *Urban Studies*, vol. 52, nº 8, p. 1379-1394.
- MOULAERT, F. & J. NUSSBAUMER (2005): «Defining social economy and its governance at the neighbourhood level: a methodological reflection», en: *Urban Studies*, vol. 42, nº 11, p. 2071-2088.
- & al (eds.), (2010): *Can neighbourhoods save the city? Community development and social innovation*, Routledge Londres.
- NORTH, P. (2005): «Scaling alternative economic practices? Some lessons from alternative currencies», en: *Transactions of the Institute of British Geographers*, nº 30, p. 221-233.

- OOSTERLYNCK, S. & *al.* (2013): «The butterfly and the elephant: local social innovation, the welfare state and new poverty dynamics». *Improve Working Papers*, nº 13/3, University of Antwerp. Disponible en: <http://improve-research.eu/?wpdmact=process&did>.
- ORTIZ, S. (2015): *Un espacio cooperativo. Soberanía alimentaria y solidaridad internacionalista campesina*, Icaria, Barcelona.
- PACIONE, M. (1997): «Local Exchange Trade Systems as a Response to the Globalisation of Capitalism», en: *Urban Studies*, vol. 34, nº 8, p.1179-1199.
- PADDEU, F. (2012): «Faire face à la crise économique à Detroit: les pratiques alternatives au service d'une résilience urbaine?», en: *L'Information Géographique*, vol.76, nº 4, p. 119-139.
- PECK, J. (2010): *Constructions of neoliberal reason*, Oxford University Press, Oxford.
- PEÑALTA CATALÁN, R. (2010): «Dos espacios multiculturales de Madrid: Lavapiés y la Puerta del Sol», en: *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 2010, vol. 2, nº 2, p. 111-117.
Disponible: <http://revistas.ucm.es/index.php/ANRE/article/view/ANRE1010220111A>
- PIKE, A. & *al.* (2010): «Resilience, adaptation and adaptability», en: *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, nº 3, p.59-70.
- RIPOLL, F. (2010): «L'économie solidaire et relocalisée comme construction d'un capital social de proximité. Le cas des Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP)», en: *Regards Sociologiques*, nº 40, p. 59-75.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (2003): *Metodología de la investigación cualitativa* (Tercera ed.), Bilbao, Universidad de Deusto.
- SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J.L. (2009): «Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española», en: *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 49, p.185-207.
- SEQUERA, J. (2014): «Gentrificación en el centro histórico de Madrid: el caso de Lavapiés», en: JANOSCHKA, M. & R. HIDALGO (eds.). *La ciudad neoliberal*, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.
- VIVAS, E. (2010): «Consumo agroecológico. Una opción política», en: *Viento Sur*, nº 108, p.54-63.
- WATTS, D.C.H. & *al.* (2005): «Making reconections in agro-food geography: alternative systems of food provision», en: *Progress in Human Geography*, vol. 29, nº 1, p. 22-40.