

# LA RED DE CONSUMIDORES Y PRODUCTORES DE CÓRDOBA

UN EJEMPLO DE RESISTENCIA AGROALIMENTARIA

Proyecto final del **Máster oficial en Agroecología**.  
Un enfoque sustentable de la agricultura ecológica.  
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA-  
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA  
CURSO: 2009-2010  
DICIEMBRE 2010

Autora: África Jiménez Ruiz  
Directores/as: Ángel Calle Collado  
Mamen Cuéllar Padilla

A todas las personas que forman parte de la Red de Consumidores y Productores de Córdoba, que ponen empeño y dedicación en el día a día para que otro mundo sea posible. En especial a las personas que han participado en esta investigación, por su trabajo desinteresado y por su comprensión. A mis compañeras y compañeros de vida que me han cuidado y apoyado en los momentos más difíciles. A Ángel y a Mamen por su paciencia y sus consejos. En general, agradezco a todas las personas que han estado aquí apoyándome y animándome en esta aventura.

# ÍNDICE

---

1. INTRODUCCIÓN .....	5
1.1. MOTIVACIONES	
1.2. CONTEXTUALIZACIÓN	
1.3. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	
2. OBJETIVOS .....	10
3. MARCO TEÓRICO DE PARTIDA.....	11
3.1. OPOSICIONES AL SAAG: EL CASO DEL CONSUMO.....	12
3.2. LAS REDES DE CONSUMIDORES Y PRODUCTORES COMO MODELOS DE INNOVACIÓN SOCIAL AGROECOLÓGICA.....	17
3.3. COOPERACIÓN SOCIAL Y AGROECOLOGÍA.....	20
4. CUESTIONES METODOLÓGICAS Y TRABAJO DE CAMPO....	22
4.1. LA PERSPECTIVA ESTRUCTURAL. LA PERCEPCIÓN DE LA PROPIA REALIDAD.....	24
4.2. LA PERSPECTIVA DIALÉCTICA. EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN COMO PROCESO DE ACOMPAÑAMIENTO, EMPODERAMIENTO Y CREACIÓN DE CONOCIMIENTO.....	25
4.3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE CAMPO.....	26
5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
5.1. CONTEXTUALIZACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA RPC DE CÓRDOBA.....	31
5.2. TIPOLOGÍA DE ACTORES QUE PARTICIPAN EN LA RED.....	47
5.3. ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES Y FORTALEZAS.....	56
5.4. CREACIÓN DE UN SISTEMA DE CONFIANZA: BASES PARA EL FUTURO.....	62

CONCLUSIONES: LA RPC COMO PROCESO DE TRANSICIÓN  
SOCIAL AGROECOLÓGICA.....67

BIBLIOGRAFÍA.....71

ANEXOS (GUIÓN ENTREVISTAS, TABLAS DE ANÁLISIS DE LAS  
ENTREVISTAS, DOCUMENTOS RESULTADOS DE LAS  
REUNIONES).....74

# **1. INTRODUCCIÓN**

El trabajo que presento a continuación es el resultado del análisis y sistematización de un proceso colectivo de reflexión iniciado por la Red de Consumidores y Productores de Córdoba (RCP), que me permitió compartir y dinamizar dicho proceso.

Aprovechando el interés de la Red por reflexionar sobre diversos temas que ya habían ido surgiendo en algunas reuniones, me ofrecí a dinamizar y sistematizar el proceso, propuesta que resultó muy bien acogida. El punto de partida de este trabajo ha sido la puesta en común de objetivos, intereses, miedos, expectativas, de las personas que forman parte de este proyecto en construcción, para luego poder profundizar en el compromiso de productores/as y consumidores/as en este tipo de iniciativas. Se ha valorado principalmente la necesidad de que existan estos espacios de reflexión en la Red para poder ir avanzando, lo que ha supuesto que a día de hoy, las reuniones hayan pasado de ser fundamentalmente operativas, introduciendo un importante componente de debates en torno a cuestiones más estratégicas y filosóficas.

A continuación presento las motivaciones que me llevaron a centrar el trabajo en este estudio de caso, una breve contextualización de la RCP y una descripción de los principales capítulos en los que he intentado reunir el conocimiento adquirido durante este período de investigación.

## **1.1. Motivaciones**

Mi vinculación al tejido social de Córdoba y, en cierta medida, a las redes sociales que se han desarrollado en la ciudad en los últimos años, alrededor de la agroecología, del consumo responsable, de la búsqueda de alternativas al sistema agroalimentario global, etc., viene dada inicialmente por pertenecer a La Rehuerta<sup>1</sup>. Asimismo, la multimilitancia a la que los y las protagonistas harán referencia durante

---

<sup>1</sup> Se trata de uno de los colectivos autogestionados de producción y consumo de productos ecológicos de la huerta que existen en Córdoba.

las entrevistas realizadas, viene a manifestar que la mayoría de las personas relacionadas con este tejido social, pertenezcamos en muchos casos a varios colectivos, dando lugar a una importante conexión, personal y grupal, entre las mismas.

La motivación para llevar a cabo este trabajo, parte fundamentalmente de tres cuestiones: en primer lugar, la incipiente puesta en marcha de la RCP, que aunque comenzó su andadura un año atrás, no se había planteado un proceso de reflexión sistematizado hasta poco tiempo antes de la realización de este trabajo; en segundo lugar, el interés que despierta el hecho de que la Red aglutine gran parte de los colectivos y movimientos sociales críticos de la ciudad, centrándose en el cuestionamiento del consumo, visto éste como una importante herramienta de cambio y transformación; y en tercer lugar, la pretensión de que el período de investigación y el trabajo fin de Máster pudiera ser de utilidad, no sólo para la investigadora sino también para la realidad investigada.

Es por ello, que en marzo de 2010 inicio este trabajo de acompañamiento a la RCP, en su proceso de reflexión y construcción de un modelo alternativo de producción y consumo. Partiendo de la debilidad que suelen presentar muchas de nuestras iniciativas, en cuanto a la centralidad que adquiere “el hacer”, más organizativo y funcional, frente al “reflexionar”, la investigación supone una oportunidad de dedicar el tiempo y el esfuerzo necesarios para tal reflexión, en un ejercicio de pensar quiénes somos, por qué estamos aquí, qué queremos, dónde nos posicionamos, etc. Se trata de cuestiones que nos planteamos cuando trabajamos en grupo, cuando con nuestras acciones cotidianas queremos transformar la realidad y que, sin embargo, pocas veces son trabajadas.

El estudio de caso supone además una oportunidad para analizar y reflexionar sobre el consumo, a partir de las prácticas que consideramos resistencias al sistema agroalimentario globalizado, que constituyen el hilo conductor de este trabajo.

## **1.2. Contextualización**

En los últimos años, distintas iniciativas vienen mostrando una preocupación creciente por las consecuencias asociadas al consumo y, en concreto, a la

alimentación. Así, se supera la visión más individualista del consumo ecológico (centrada principalmente en la salud), acercándose a otros aspectos, tales como los medioambientales, políticos y sociales. La lógica de maximización de los beneficios a la que responde el sistema agroalimentario globalizado (SAAG) es puesta en cuestión en estos contextos urbanos, donde surgen cooperativas, asociaciones, redes de consumidores y de productores, con el objetivo de generar relaciones de confianza mutua, que rompan con los canales convencionales de la producción-distribución-consumo del SAAG.

La RCP de Córdoba se enmarca dentro de estas iniciativas locales, en las que pensamos existe un fuerte componente de innovación social. Encuadradas dentro de los mecanismos de cooperación social existentes y en lo que podríamos llamar “transiciones agroecológicas” desde el punto de vista del consumo, buscan y experimentan formas distintas de relacionarse con el mundo que nos rodea.

Córdoba nos ofrece un contexto muy interesante para el análisis de tales transiciones agroecológicas. Desde el punto de vista académico, la presencia en la ciudad del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC), desde finales de los años 70, ha promovido diversos proyectos y estudios relacionados con la agroecología, dentro y fuera del contexto de Córdoba. En cuanto a las iniciativas desarrolladas por grupos de consumidores y consumidoras, destacar la creación de Almocafre en 1994, incluida dentro de las asociaciones de productores y consumidores ecológicos de Andalucía.

Pasos más allá en el modelo de autogestión, con un posicionamiento más crítico hacia el sistema agroalimentario hegemónico y con pretensiones transformadoras más amplias, se sitúan las “cooperativas agroecológicas”. La Acequia, por un lado, en funcionamiento desde el año 2005, agrupa a un centenar de personas, siguiendo un modelo muy similar de organización al de otras cooperativas andaluzas, tal y como Ortigas en Granada o Crestas y Lechugas en Sevilla. Por otro lado, la Rehuerta aparece en el año 2007, con similares objetivos, aunque con una estructura y organización diferentes. Sin entrar a describir las características de unos y otros grupos, lo importante a resaltar es la existencia de personas que en los últimos años vienen organizándose para crear formas diferentes de consumir y, en definitiva, de vivir y relacionarse.

Es fundamental, por tanto, tener en cuenta que la RCP surge de estos y otros procesos constructores y constructivos, facilitadores de nuevas experiencias que buscan alternativas reales de relación y de consumo.

#### **1.4. Breve descripción del trabajo**

La investigación que aquí se presenta ha generado dos procesos paralelos. Por un lado, durante la fase del trabajo de campo desarrollado, en el que el tema principal ha sido el desarrollo de criterios de confianza entre productores y consumidores, se ha reflexionado y analizado el ¿quiénes somos? ¿qué hacemos? ¿qué hacíamos? y ¿qué nos ha permitido estar aquí?. Así, a nivel de praxis el trabajo ha servido para dinamizar un proceso de reflexión que se encontraba abierto en la Red, así como para generar otros procesos. Por otro lado, el estudio de caso aporta material para reflexionar a un nivel más teórico, partiendo de que la Red constituye un ejemplo de resistencia colectiva al sistema agroalimentario.

El trabajo de campo se ha centrado en primer lugar, en la preparación, dinamización y sistematización de las reuniones celebradas; y, en segundo lugar, en la realización de ocho entrevistas a personas productoras y/o consumidoras implicadas en los grupos que pertenecen a la red. Asimismo, el hecho de que la investigadora forme parte de la realidad investigada, supone que muchos de los análisis y conclusiones que aquí se muestran se hayan basado en la propia experiencia e interacción con el grupo.

Para una mejor comprensión del trabajo realizado, este documento, además del capítulo introductorio, se ha dividido en varios bloques o apartados. En primer lugar, se enumeran los objetivos-preguntas que guían esta investigación. A continuación se presenta el marco teórico de partida, que sirve para centrar el estudio de caso dentro del contexto en el que se enmarca. Para ello, se hace referencia a tres cuestiones fundamentales. Por un lado, la problematización del consumo desde las distintas oposiciones al sistema agroalimentario globalizado. Ello nos sirve para contextualizar la aparición de las redes de consumo y producción en un tiempo y lugar. Por otro lado, se hace especial referencia a la innovación social que suponen estas iniciativas, abordando la cuestión desde el “cambio social agroecológico”. Por



último, un apartado dedicado a la importancia de la cooperación social en este tipo de experiencias y a su relación con la agroecología cierra el capítulo teórico.

Por tratarse de un trabajo centrado fundamentalmente en la praxis, el bloque dedicado a las cuestiones metodológicas ocupa un lugar importante. En este sentido, se describen las distintas técnicas utilizadas dentro de la perspectiva estructural y dialéctica de la investigación social, así como el desarrollo del trabajo de campo.

A continuación se exponen los resultados de la investigación, centrándose en el análisis de las entrevistas y los grupos de trabajo. Esta exposición a su vez se divide en cuatro apartados o bloques temáticos. En primer lugar, se contextualiza y caracteriza la RCP de Córdoba, teniendo en cuenta todos los aspectos que se refieren al funcionamiento de la Red. En segundo lugar, se elabora una tipología de actores centrada en los aspectos subjetivos, tal y como las motivaciones o las expectativas expresadas por las personas que han participado en el proceso de investigación. Un tercer apartado sirve para analizar las fortalezas y debilidades que se han ido detectando en las distintas entrevistas y grupos de trabajo. Por último, en cuarto lugar, se dedica un apartado a la creación de un sistema de confianza, basado principalmente en los resultados obtenidos en el proceso de reflexión llevado a cabo en los grupos y en la percepción de los y las entrevistadas al respecto.

Por último, cierra este trabajo un capítulo dedicado a las conclusiones, que pone especial énfasis en la RCP como estrategia de resistencia al sistema agroalimentario y como proceso de transición agroecológica.

## 2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### Objetivo general:

Iniciar un proceso de dinamización y acompañamiento a la RCP de Córdoba, que facilite la reflexión en torno a la construcción de la propia red, desde una perspectiva de potenciación de los canales cortos de comercialización y desde un modelo de transición agroecológica.

### Objetivos específicos:

- Caracterizar la RCP desde el (re)conocimiento de los distintos elementos organizativos, avanzando en el consenso sobre el funcionamiento del propio grupo (toma de decisiones, niveles de participación, organización, entrada de nuevos miembros...).
- Elaborar una tipología de actores (consumidores y productores) a partir de las formas de participación identificadas y de las motivaciones alegadas.
- Indagar en el por qué se originan las RCP en contextos urbanos, a partir de las motivaciones y expectativas de consumidores y productores que conforman la red.
- Evaluar las debilidades y fortalezas encontradas en la relación consumidor-productor.
- Reflexionar sobre la experiencia de la RCP de Córdoba como estrategia de resistencia al sistema agroalimentario.

### 3. MARCO TEÓRICO DE PARTIDA

La industrialización aplicada a la agricultura y la consiguiente mercantilización de los productos agroalimentarios ha supuesto, entre otras cosas, un alejamiento cada vez mayor de la producción y del consumo. El resultado final ha sido, en términos de beneficios, un cada vez mayor poder de la gran distribución, llegando a controlar el 80% de la distribución de alimentos en los países del norte. Esto significa que desde su posición de poder, estas empresas negocian las condiciones de venta y presionan los precios a la baja, sometiendo a productores y productoras a presiones que escapan de su control. Para ser capaces de vender a estos grandes centros es necesario un importante volumen de producción y ofertarlos a precios muy reducidos. Es por ello que las pequeñas empresas y explotaciones se encuentran excluidas de estos canales de comercialización, siendo los canales cortos y la venta directa una de las principales vías para dar salida a sus productos.

Al mismo tiempo, por el lado de la demanda, la ciudadanía comienza a plantearse qué tipo de alimentos está entrando en sus hogares. Ya sea por cuestiones de salud (individuales), ya sea por cuestionamientos más centrados en la crítica al sistema agroalimentario desde distintos aspectos (colectivos), en los últimos años comienzan a surgir distintas alternativas promovidas desde el campo o desde las ciudades. Surgen así distintas respuestas: desde la dimensión personal, basadas en la credibilidad y en la motivación sobre el cambio alimentario (el huerto en casa, cestas, compra en asociaciones o cooperativas de consumo ecológico...); desde la dimensión socio-cultural, basadas en redes de confianza y cooperación social que buscan autonomía (redes de productores y consumidores, cooperativas de producción y consumo autogestionadas, trueque...); desde la dimensión eco-estructural, basadas en la búsqueda de circuitos cortos de comercialización y tecnologías endógenas (reducción de insumos externos, autosuficiencia alimentaria...); y desde la dimensión política, basadas en las instituciones sociales y políticas públicas (extensión agroecológica, programas de sensibilización, apoyo técnico, ...).

En este sentido, la agroecología apuesta, por un lado, por visibilizar aquellas experiencias que surgen al margen de lo hegemónico, generalmente invisibles desde una mirada “científica” convencional. Se trata de poner en juego la “sociología de las

ausencias”, construir nuevas miradas sobre objetos invisibilizados por la ciencia convencional, generalmente experiencias de relaciones más locales, que traen en sí la aspiración de una nueva sociedad (Sousa Santos, 2009). Por otro lado, propone un “cambio social total”, en el sentido de que un cambio a nivel de finca debe acompañarse necesariamente de un cambio en los otros niveles. Es decir, aunque el primer nivel de análisis sea la finca, busca entender las múltiples formas de dependencia que el funcionamiento actual de la política, la economía y la sociedad genera sobre los agricultores (Sevilla Guzmán y González de Molina, 1993).

En este trabajo, me voy a centrar en la dimensión del consumo, apoyándome en la holística que caracteriza a los estudios de agroecología y a la mirada agroecológica, partiendo fundamentalmente de aportaciones realizadas desde las Ciencias Sociales.

### **3.1. Oposiciones al Sistema Agroalimentario Globalizado: el caso del consumo.**

En los últimos años, sobre todo a partir de los 90, se comienzan a configurar nuevas redes críticas vinculadas a la problematización de la alimentación en todas sus dimensiones: la producción, la distribución y el consumo. Algunos autores han clasificado y diferenciado estas experiencias en: por un lado, los *nuevos cultivos sociales*, redes que se orientan, explícita y fundamentalmente, a la generación de espacios y relaciones con las que satisfacer, lo más directamente posible, un conjunto de necesidades básicas (Soler, Calle y Vara, 2009); por otro lado, los *nuevos estilos agroecológicos*, fruto de la unión de campesinos y pequeños agricultores que recuperan y recrean manejos de los agroetnoecosistemas sobre la base de la cercanía y el saber local; y, por último, los *nuevos movimientos globales*, bajo la forma de protesta (el fenómeno “antiglobalización” será el más difundido) y también de apoyo a las otras dos formas de resistencias agroalimentarias (Calle, 2005).

A las antiguas reivindicaciones o cuestionamientos planteados desde las bases sociales que cuestionan distintos ejes de poder, se unen otras lógicas enfrentadas al capitalismo y a la economía neoliberal hegemónica. Así, estas oposiciones al SAAG

se caracterizan por la interrelación de problemáticas: el patriarcado, la degradación del medio ambiente, la exclusión social, la globalización, etc.

Para el análisis de las oposiciones al SAAG desde el punto de vista del consumo, podemos establecer tres cuestiones fundamentales:

### *1.Desafección política y alimentaria.*

La incertidumbre, la falta de confianza y el riesgo, parecen mediar actualmente la relación con la alimentación en las sociedades económicamente desarrolladas. El descontento de la ciudadanía alrededor de los alimentos producidos de forma intensiva ha crecido en los últimos años. Las últimas crisis alimentarias (las vacas locas, la gripe aviar y porcina, etc.) han puesto en tela de juicio las formas productivas industrializadas. Además, esta desafección y descontento ciudadano se inserta en un proceso social más amplio de descontento generalizado respecto a las instituciones públicas (Calle, Soler y Vara, 2009). Esta *“desafección alimentaria hace alusión a un proceso social protagonizado por quienes comen y no producen su propia comida, dependiendo de un complejo sistema agroalimentario, crecientemente industrializado y globalizado, que les ofrece en masa alimentos estandarizados, anónimos y alejados, a través del mercado”* (Soler y Calle, 2010). Ante esta situación se ponen en marcha procesos de recuperación de la confianza en las prácticas alimentarias. Tal y como afirma Callejo, las instituciones garantizan la confianza, a través de las certificaciones, de que lo que se come no afectará a quien lo consume. Sin embargo, la superación del peligro a corto plazo ha desplazado el riesgo al largo plazo, es decir, a los efectos, conocidos y desconocidos, de la ingesta de determinados productos a lo largo de tiempo. El desplazamiento de la confianza hacia agentes externos, básicamente las instituciones públicas, hace que éstas se encuentren en el punto de mira cuando surge una crisis alimentaria.

Asimismo, distintas voces se levantan en contra de las consecuencias, previstas o no, del consumo de las sociedades enriquecidas. Por un lado, los efectos de ciertas políticas de globalización que afectan fundamentalmente a los países

empobrecidos<sup>2</sup>. Por otro lado, los efectos perversos del consumismo en la degradación del medio ambiente, son enarbolados desde distintos ámbitos (Informes de organismos internacionales, uso mediático del cambio climático, protestas de organizaciones no gubernamentales...).

*2. El consumo visto como un “hecho social total”: una realidad objetiva y material, a la vez que una producción simbólica de estilos de vida y representaciones sociales.*

Un breve acercamiento a la sociología del consumo, si bien no es el objetivo de este trabajo, puede ayudarnos a comprender el por qué de la centralidad que comienza adquirir el consumo alimentario en los colectivos y movimientos que estamos analizando.

Es un hecho poco discutido que el consumo es una realidad central en nuestro contexto histórico. Si bien en el siglo XIX el mercado parecía tener un papel central en la satisfacción de las necesidades fundamentales (abrigo, trabajo, alimento...), más tarde, el sistema productivo se complejiza. Desde la sociología se ha dicho que la sociedad de consumo surge porque el capitalismo tiene que encontrar nuevos espacios de expansión, por lo que tuvo que cambiar el antiguo modo de vida a fin de distribuir toda la producción (Alonso, 2005). Es el surgimiento del consumo fordista, que penetra en los espacios domésticos.

Si prestamos atención al consumo alimentario, éste ha sido visto desde la sociología como algo más relacionado con lo biológico e individual. Además, su condición de hecho cotidiano y privado, ha supuesto que desde la sociología no se le haya prestado atención hasta hace relativamente poco tiempo. Es en cuanto que forma una parte importante del consumo y del gasto familiar y, por tanto, entra a participar en la economía, cuando comienza a adquirir el interés de la sociología.

---

<sup>2</sup> Tal y como afirma Zygmunt Bauman en su libro “Miedo Líquido”, a propósito de los efectos de la globalización negativa, “en un planeta densamente envuelto en una red de interdependencia humana, no hay nada que los *demás* hagan o puedan hacer que podamos asegurar no afecte a *nuestras* perspectivas, oportunidades y sueños. No hay tampoco nada de lo que *nosotros* hagamos o desistamos de hacer que podamos afirmar con toda seguridad que no afectará a las perspectivas, oportunidades y sueños de *otros* a quienes no conocemos y de quienes ni siquiera conocemos su existencia”.

Las tesis de la modernidad alimentaria, apoyadas fundamentalmente en los trabajos de Beck, se sustentan en dos hipótesis: la desestructuración alimentaria, por un lado, y por otro, el declive de las clases sociales como modelo explicativo único de las prácticas alimentarias (Díaz Méndez y Gómez Benito, 2005). Los cambios alimentarios se identifican con distintos factores: una mayor disponibilidad de tiempo libre, que se corresponde con una menor dedicación a la preparación y compra de alimentos; la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo, que habría supuesto un cambio en la organización de los horarios de las comidas y en su composición; un cambio en los espacios de compra; mayor variedad en la dieta; cambios culturales en cuanto a los estándares de lo que se considera una buena alimentación; la incorporación a la alimentación de criterios identitarios (Díaz Méndez y Gómez, 2005:11).

Asimismo, desde la sociología de los estilos de vida se muestra que las normas que rigen el consumo no están desconectadas de las que gobiernan otras prácticas individuales o colectivas, por lo que el estudio del consumo no puede aislarse sin tener en cuenta otros factores psicológicos, de relaciones interpersonales, del contexto en el que se establece, de la cultura a la que se pertenece (Alonso, 2005:107). El consumo se convierte en una esfera de socialización y politización de la ciudadanía (Cortina, 2001).

### *3. Surgimiento de alternativas dentro de los contextos urbanos, redes críticas urbanas vinculadas al terreno agroalimentario (búsquedas y cuestionamientos).*

Fruto de la desafección alimentaria<sup>3</sup> que va abriéndose paso en las sociedades enriquecidas, mayoritariamente en los contextos urbanos, donde el control sobre lo que se consume es prácticamente nulo, surgen distintas respuestas opuestas al SAAG. Entre las nuevas propuestas se incluye la búsqueda de canales cortos de comercialización, en respuesta al poder ejercido por las grandes cadenas de distribución sobre la alimentación. Esta búsqueda no responde sólo a la necesidad de acortar distancias en lo que a términos económicos se refiere, sino que la relación

---

<sup>3</sup> Definida como “la generalización de una percepción social negativa (en los países industrializados) del sistema agroalimentario más globalizado y de las instituciones públicas encargadas de controlar, reproducir o intervenir en él. Dicha desafección implica una desconfianza hacia dicho entramado por motivos de salud, éticos o medioambientales fundamentalmente” (Calle, Soler y Vara, 2009).

directa entre productor y consumidor y, por ende, entre campo y ciudad, es fundamental. Estas nuevas propuestas van a desarrollar un discurso y unas prácticas propias enfrentadas al modelo hegemónico, en lo que se ha venido a llamar “consumo constructivo”<sup>4</sup>.

Desde estas experiencias pueden ponerse en juego diferentes lógicas enfrentadas al modelo hegemónico de desarrollo:

- Local frente a global (des-globalización-re-localización): concepto de proximidad global. Estas formas de vida se anclan en lo local y cotidiano sin olvidar que se encuentran en un mundo “globalizado” (Calle, 2006).

-Unión campo-ciudad frente a separación rural-urbano: existe una hegemonía de la ciudad en detrimento del campo en todas sus dimensiones. El consumismo irresponsable que demanda elevados consumos de carne y abundantes productos fuera de temporada y a precios baratos, alimenta la rueda de destrucción y emigración forzada, incrementando las dos facetas de la inseguridad alimentaria, el hambre y la comida basura. Es necesario la reconstrucción de la relación campo-ciudad, presidida por las relaciones entre personas, de una forma incluyente, horizontal y recíproca.

-Apoyo mutuo frente a competitividad: necesidad de reconstruir la autonomía, en forma de apoyo mutuo, desde fuera del mercado y del Estado, mediante alianzas entre ciudadanos.

- Colectividad frente a individualismo: resignificar la necesidad individual como parte de una necesidad colectiva, construida en diálogo con las otras realidades y necesidades en juego. Trabajar nuestros comportamientos individualistas.

-Horizontalidad frente a verticalidad: reconocer la existencia de distintas realidades, necesidades e intereses, promover el diálogo sobre las mismas y buscar el acuerdo

---

<sup>4</sup> Se define como aquel consumo que implica una acción colectiva que genera una resistencia agroalimentaria. Las resistencias agroalimentarias no son fenómenos aislados con respecto a otras estrategias individuales. Existen caminos que entrelazan las estrategias, a su vez entrelazadas con estilos de vida, es decir, con hábitos y espacios que sirven de referencias de socialización e interacción social (Calle, Soler y Vara, 2009).



sobre las condiciones de intercambio, siendo conscientes de las dificultades de cada parte y comprometiéndose a resolverlas mediante el diálogo.

-Ecofeminismo frente a patriarcado: sostenibilidad de la vida frente a la lógica de la acumulación; cuidados, trabajo comunitario, participación política.

- Naturaleza frente a capital.

### **3.2. El caso de las Redes de Consumidores y Productores como modelos de innovación social agroecológica.**

Una de las cuestiones planteadas desde el inicio de este trabajo ha sido considerar las RCP como un modelo de innovación social, atendiendo a su potencial capacidad para iniciar un cambio social agroecológico. Este cambio social agroecológico, tal y como afirma Cuéllar (2009:46) debería desarrollar *relaciones sociales tendentes a obtener una transición de tipo agroecológico en los territorios, basadas en la equidad, la horizontalidad, la solidaridad y el apoyo mutuo, en lugar de la competitividad y las formas conflictuales que promueve el paradigma económico hegemónico desde su configuración en el liberalismo histórico.*

Por innovación social nos referimos a “las recreaciones de nuevas formas de hacer, pensar y sentir, críticamente, el sistema agroalimentario en su conjunto”. En las RCP, como innovación agroecológica, se democratiza la construcción de otras realidades posibles, se modifica la forma de entender la democracia, se apunta hacia formas de auto-organización social y se problematiza conjuntamente necesidades materiales, afectivas, expresivas y de relación con la naturaleza.

Estas innovaciones deberían ser analizadas desde distintas dimensiones, con el objetivo de evaluar su capacidad para un cambio social agroecológico. Para ello, Calle apunta una herramienta de análisis que incluye tres dimensiones: eco-estructural, socio-cultural y política. En la dimensión política, se demanda una democracia participativa y, por tanto, una apertura de las instituciones actuales. En la dimensión socio-cultural, las dinámicas de cooperación social promueven expresiones de democracia radical: horizontal, inclusiva, deliberativa y que

problematiza conjuntamente satisfactores materiales, expresivos, afectivos y de relación con la naturaleza. En el plano eco-estructural, el facilitar entornos que se inclinan a cerrar circuitos políticos, sociales, económicos y medioambientales nos llevaría a prácticas de soberanía alimentaria.

Para los nuevos cultivos sociales que ponen el énfasis en el SAAG, los canales de distribución se encuentran en el punto de mira. Además de las cuestiones que afectan a la salud, relacionadas fundamentalmente con la producción y el consumo (uso de químicos, transgénicos, falta de información, crisis alimentarias, etc.), la forma en la que los productos llegan hasta nuestra mesa constituye un elemento fundamental de crítica al SAAG. No en vano, el SAAG se caracteriza por haber desplazado el poder desde la producción hacia la distribución comercial. Se trata de una realidad que afecta especialmente a los contextos urbanos, donde la distancia entre el campo y la ciudad, entre el productor y el consumidor, es prácticamente nula.

Tanto la industria como la distribución comercial alimentaria controlan el acceso al mercado, por lo que tienen el poder para marcar los precios a agricultores y ganaderos. Estos últimos, sobre todo cuando se trata de pequeñas explotaciones, se encuentran atrapados y subordinados al sistema, con pocas alternativas para comercializar su producción bajo otros parámetros más justos, que tenga en cuenta los costes reales de producción<sup>5</sup>.

Todo ello conlleva una pérdida de agricultores, sobre todo de jóvenes que quieren acceder al campo, es muy difícil dedicarse a ello y el conocimiento se está perdiendo. Sin embargo, encontramos resistencias, con muchos retos. Hay un intento, a pesar de las dificultades. El consumidor también tiene una serie de interrogantes, no sabe dónde ni quién elabora el alimento. Existe un importante problema de mala salud, falta de seguridad y soberanía alimentaria. Se ve la gran

---

<sup>5</sup> “La reducción de los precios de venta lleva a los agricultores y agricultoras a intentar reducir los costes y aumentar los ingresos. El incremento de los ingresos, en un contexto de precios decrecientes, tan solo puede conseguirse mediante el incremento de la producción. La reducción de costes, dada la rigidez y dependencia tecnológica y la incapacidad de negociación frente a la industria de insumos, se concentra en la reducción de la mano de obra contratada y/o en su sobreexplotación si no se cuestiona el sistema de producción agrícola industrial. El deterioro social va así unido al deterioro ecológico en la agricultura moderna”. (Agricultura ecológica y agroecología...libro isec)

“distancia” entre la finca y el hogar, un SAA vertical, que demanda canales más cortos y necesitado de redes. Para un SAA nuevo se propone:

- Un cambio de la dieta orientada hacia lo local y lo de temporada.
- Una reducción de empaquetados, de basura...
- Una ética de sostenibilidad y responsabilidad en el cultivo.
- Una producción a escala pequeña, con un compromiso con la comunidad local.

Dentro de las respuestas más activas de búsqueda de alternativas al sistema agroalimentario, encontramos experiencias centradas en la producción ecológica y distribución directa de los alimentos a redes de consumidores.

Los canales cortos de comercialización son aquéllos en los que la intermediación entre producción y consumo se minimiza<sup>6</sup>. Se trata en este caso de estructuras complejas, ya que se suele sobrecargar de tareas tanto a productores como a consumidores, pero que pueden constituir un interesante modelo alternativo, cuando se construyen al margen del canal globalizado. Estos canales suponen una reducción de la distancia funcional (poder, interacción), física-espacial y cultural (valores, motivaciones, relaciones).

Estos sistemas alternativos surgen, por tanto, de las necesidades tanto de productores como de consumidores (cierres de oportunidades políticas y económicas y búsqueda de nuevas instituciones). Desde el lado de la producción es necesario dar una salida estable a la producción y una estabilidad en cuanto a los ingresos. Desde el lado del consumo, se necesita una estabilidad y seguridad en el abastecimiento, una diversidad en productos y unos precios adaptados a los ingresos. Por tanto, se pueden producir ciertas discrepancias entre ambas necesidades, en cuanto a precios, cantidades y diversidad de productos. Las alternativas deberán estar orientadas a las necesidades, existir una negociación directa en planos de igualdad entre productores y consumidores y existir un compromiso y apoyo mutuo entre ambos.

---

<sup>6</sup> Aquí queremos diferenciar entre canal corto, donde aparece la figura del detallista, la pequeña tienda de barrio, del canal directo, que es el que elimina cualquier tipo de intermediario y se establece una relación directa entre consumidor y productor.

Las redes de consumidores y productores proponen un modelo que se apoya en el compromiso directo y en la confianza entre ambos, un alejamiento de los mercados globalizados, una apuesta por la producción local y de temporada y una horizontalidad en la toma de decisiones. Follet (2009) hace una diferenciación entre redes alternativas alimentarias fuertes y débiles, en relación al debate sobre la creciente agricultura ecológica desvinculada de los aspectos socioeconómicos, ambientales y culturales que cada vez toma más peso.

Desde el constructivismo se señala la importancia de estos movimientos como articuladores de cambios sociales desde abajo. Aunque su fin último o inicial, sea la búsqueda de otras formas de consumo, se generan espacios de intercambio de estilos de vida. Son “fluidos” que reformulan nuestras posibilidades de habitar nuestra cotidianeidad (Calle, 2006). Así, Sousa Santos habla de resistencias nuevas, de luchas que por ahora son locales, no muy desarrolladas, pero que traen en sí la aspiración de una nueva sociedad. En la misma línea, J. Scott (2003) señala lo no visible como base para los procesos de cambio y Villasante (2002) habla de las posiciones creadoras, conjuntos de acción, caminos de emancipación.

### **3.3. Cooperación social y Transición agroecológica.**

La agroecología presta atención, en su dimensión socio-política, a aquellas iniciativas sociales que se oponen al sistema agroalimentario hegemónico desde la cooperación social y la democracia radical. La cooperación social es un hecho intrínseco a los procesos de transición agroecológica. La capacidad de generar innovaciones sociales parte de la capacidad de generar circuitos y tecnologías endógenas desde la cooperación social.

Se trata de pequeños proyectos que pretenden recrear otras dinámicas de relaciones sociales, lazos y prácticas que tienen en el ánimo de la cooperación social y la horizontalidad su orientación y asiento para la construcción de vínculos sociales dirigidos a la satisfacción conjunta de necesidades básicas<sup>7</sup>. Una búsqueda de espacios más horizontales de relación, donde se cuestionan los distintos ejes de

---

<sup>7</sup> Cuando hablamos de necesidades básicas recurrimos al concepto de “desarrollo a escala humana” de Max-Neef.

poder. Una contrarrespuesta a lo que Riechmann denomina “hipertrofia de la dimensión económica”. Estamos viviendo en un “mundo lleno”, en un sistema económico que no tiene en cuenta las necesidades de la población, sino el crecimiento económico de unos pocos. Solo se tiene en cuenta el flujo monetario, sin tener en cuenta otras cuestiones. Se impone la competitividad por encima de otras cuestiones, por encima de la satisfacción de las necesidades.

En este sentido, Víctor Toledo propone hablar de modos de vida alternativos, basados en la autogestión, la autosuficiencia, la diversidad, la democracia participativa y la equidad, lo que llevaría a organizar la resistencia ciudadana y a construir poder social. La “modernidad alternativa” o lo que Beck denomina “modernidad reflexiva”, *un cambio de la sociedad industrial que ocurre, en forma subrepticia y no planeada, en la estela automatizada de la modernización normal y con un intacto orden político y económico, que implica lo siguiente: una radicalización de la modernidad que rompe las premisas y contornos de la sociedad industrial y abre caminos a otra modernidad* (Beck et al. 1994: 3). Se producen distintas respuestas desde la sociedad civil, surgiendo lo que Beck llama la “subpolítica” como renacimiento no institucional de lo político (Beck et al. 1994:17).

Negri, por su parte, habla de resistencias del tercer tipo, refiriéndose a la cooperación autónoma entre productores y consumidores. Bromley (1997) advierte de que “no existe (el) mercado, más bien existen muchísimas maneras de construir dominios de intercambio, cada uno de ellos reflejando expresiones y nociones colectivas previas sobre quién cuenta y qué es valioso y útil”. Y en la misma línea, Graham Woodgate habla de “comunidades de confianza”, gente que ya está interactuando entre sí, que han desarrollado vínculos de solidaridad.

## **4. CUESTIONES METODOLÓGICAS Y TRABAJO DE CAMPO**

Para llevar a cabo esta investigación se ha recurrido a técnicas cualitativas, haciendo hincapié en las perspectivas estructural y dialéctica. La perspectiva estructural ha permitido analizar los discursos de las personas que participan en la RCP, protagonistas de esta investigación. Desde la perspectiva dialéctica, se ha tratado de hacer partícipe a la población objeto de estudio, en el proceso de acompañamiento en la construcción de la propia realidad y en una continua retroalimentación con la investigadora.

Antes de comenzar a describir las técnicas seleccionadas para realizar este trabajo, así como las características del trabajo de campo desarrollado, es importante hacer referencia a algunas cuestiones que pueden haber incidido en el proceso de investigación y, por ende, en los resultados aquí relatados.

En primer lugar, destacar la implicación de la investigadora en la realidad estudiada así como en todo el proceso de investigación. En este sentido, se podría hablar de ciertas ventajas e inconvenientes derivados de la relación con el contexto. Esta situación ha facilitado el acceso a la realidad estudiada así como la comunicación, fruto de la existencia de un lenguaje y unos códigos compartidos. Sin llegar a ser una observación participante en su sentido estricto<sup>8</sup>, sí permite ejercer un papel de “participación completa”, que según Spradley (1980) se alcanza cuando el investigador estudia una situación en la que ya es un participante ordinario, y que coincide con lo que otros han llamado “auto-observación” (Anguera, 1984).

En segundo lugar, destacar que el análisis que se presenta está basado en una serie de reuniones con el grupo y entrevistas a personas implicadas en la RCP, aunque el proceso iniciado a raíz de esta investigación continúa aún

---

<sup>8</sup> En este trabajo no se ha desarrollado una “observación participante” en el sentido clásico antropológico. Sin embargo, sí hay que destacar la ventaja que la investigadora adquiere al compartir los rasgos culturales de la población entrevistada y los espacios de socialización. Tal y como afirma Vidich (1995:354-355) “el sociólogo que limita su trabajo a su propia cultura está explotando constantemente su experiencia personal como base de conocimiento. Al confeccionar entrevistas estructuradas, tira del conocimiento de los significados ganados por la participación en el orden social que estudia. Se asegura una pizca de comunicación con éxito sólo por la utilización del mismo lenguaje y sistema simbólico que sus entrevistados (...) lo que resalta hasta qué punto el sociólogo es un observador participante en casi todo su trabajo”.

desarrollándose. Se trataría, por tanto, de una primera fase de acompañamiento, que ha servido no sólo para obtener un resultado académico por parte de la investigadora -y que es el trabajo que aquí se presenta-, sino también como facilitador de un proceso que continúa más allá de este trabajo.

El proceso de investigación se ha desarrollado en cuatro fases o momentos, que engloban diferentes tareas. En un primer momento (marzo-abril del 2010), se llevó a cabo una inicial revisión bibliográfica relativa a las diferentes cuestiones que componen los principales bloques temáticos de este trabajo, tal y como el sistema agroalimentario, los canales cortos de comercialización, la sociología del consumo y las transiciones sociales agroecológicas, y que ha ido completándose a lo largo de los ocho meses que ha durado el trabajo. Asimismo, se presentó el proyecto a la RCP de Córdoba en un primer encuentro, contrastándolo con las motivaciones e intereses de la misma. A partir de este primer encuentro se revisaron los objetivos adaptándolos a las necesidades del grupo y se elaboró una propuesta de trabajo para la siguiente fase.

En una segunda fase (abril-septiembre), se llevaron a cabo entrevistas abiertas a informantes clave (consumidores y productores) y reuniones de trabajo reflexivo con miembros de la Red. Se visitaron varias fincas de productores participantes en la red y se participó en las reuniones y repartos mensuales, haciendo una devolución de los resultados que se iban obteniendo de la sistematización de las distintas reuniones.

En una tercera fase (septiembre-noviembre), se procesó y analizó la información obtenida a través de las entrevistas, los grupos de trabajo y la propia observación, incluyendo una devolución a la Red de los resultados finales del trabajo de investigación.

A continuación se describen las técnicas empleadas durante la fase del trabajo de campo y los detalles sobre el desarrollo del mismo.

#### **4.1. La perspectiva estructural. La percepción de la propia realidad.**

Sevilla Guzmán, E. (2001:7) manifiesta que esta perspectiva consiste en el intento de explicar las relaciones existentes entre los fenómenos analizados incluyendo la percepción de los sujetos intervinientes. Ottmann, G. (2005:80) afirma que el investigador reconstruye, a través de los discursos elaborados por los actores, la parcela de la realidad investigada. De esta manera se genera una información cualitativa que dota de sentido sociocultural a los procesos generados en la realidad (naturales o sociales).

La técnica utilizada en este caso ha sido la entrevista individual semi-estructurada, por ser la que más se adecuaba a los objetivos de la investigación. Como dice Luis Enrique Alonso, la entrevista es una práctica de investigación social que persigue capturar la subjetividad social del entrevistado. El objetivo es obtener información sobre cómo los sujetos actúan y reconstruyen el sistema de representaciones sociales en sus prácticas individuales (Alonso, 1995).

Para ello, se elaboró un guión de entrevista que, lejos de dirigir las respuestas de los entrevistados, facilitó la conversación y la posterior sistematización de las charlas mantenidas<sup>9</sup>. La información recogida hace referencia principalmente a tres bloques temáticos:

1. La experiencia productiva (en el caso de los y las productoras), con el objetivo de indagar sobre las características de la actividad productiva, las razones por las que se decide emprender el proyecto productivo, etc.
2. La experiencia en la Red. En este bloque, tanto consumidores como productores hacen referencia a la forma de entrar en la Red, las motivaciones para participar, el grado de participación, qué les aporta participar en la Red, cómo se organizan, qué se podría mejorar, si existían experiencias anteriores y qué potencialidades creen que tiene este tipo de redes.
3. El proceso de reflexión interno de la Red. En este caso, interesaba conocer el grado de importancia que tenía tal proceso, qué les ha llevado a iniciar el proceso y qué resultados esperan de la reflexión.

---

<sup>9</sup> Véase el guión de la entrevista en el Anexo I



## **4.2. La perspectiva dialéctica. El trabajo de investigación como proceso de acompañamiento, empoderamiento y creación de conocimiento.**

Desde esta perspectiva se busca que la gente adquiera capacidad para conducir sus demandas en un proceso intelectual de búsqueda conjunta de soluciones a una cuestión socialmente problematizada. Así, los actores pueden posicionarse mejor para negociar estas demandas con los interlocutores, es decir, se disminuyen las asimetrías de poder entre los actores involucrados. Por otra parte, de esta manera se rompe la estructura de poder sujeto/objeto de la investigación y se colocan en igualdad de condiciones; es decir sujeto/sujeto.

En este caso, se ha tomado como referencia las características propias de una investigación-acción-participativa, aunque debido a la escasez de tiempo para realizar el trabajo de campo, no se ha desarrollado en todas sus fases. Esta investigación recoge de la IAP las siguientes características:

- Se trata de un proceso que aúna una metodología de investigación y una intervención social paralela.
- Se ha trabajado con objetivos marcados a partir de problemas concretos que el grupo quiere solucionar.
- Se han tenido en cuenta los puntos de vista de todas las personas implicadas en el proceso.
- La implicación de las personas participantes ha sido una condición indispensable.
- El proceso ha planteado nuevos problemas y objetivos generándose nuevos procesos.

Asimismo, este trabajo de investigación, desde la perspectiva dialéctica, intenta incorporar las tres actividades que Balcázar (2003) considera fundamentales en el proceso: investigación, educación y acción.

- Investigación: en cuanto que se desarrolla un trabajo conjunto de análisis sistematizado de la problemática actual, centrada en los

criterios de entrada de nuevos productores y productoras, así como una estrategia participativa de identificación de necesidades.

- Educación: a través del proceso generado se identifican problemas y se elaboran propuestas conjuntamente, a través de técnicas grupales que, además de desarrollar la capacidad crítica, promueven el diálogo y el consenso.
- Acción: las propuestas realizadas se reúnen y sistematizan para ser aplicadas al contexto. El hecho de que éstas sean fruto de la participación de los implicados y del consenso, da como resultado un grado de éxito mayor en la implementación de las actuaciones.

### **4.3. Desarrollo del trabajo de campo.**

El trabajo de campo se ha basado fundamentalmente en la realización de ocho entrevistas semi-estructuradas a personas implicadas en la RCP, por un lado, y en la dinamización y sistematización de cuatro reuniones que hemos llamado “reflexivas”, por otro. El trabajo parte de la propia definición de las personas participantes en la RCP, lo que ha facilitado en todo momento la implicación en el proceso. La investigadora accede al grupo cuando éste ya estaba formado y atiende a una demanda expresada por el mismo. El interés inicial se centró en una problemática concreta, la “entrada de nuevos productores a la Red”, que más tarde fue transformándose conforme iban transcurriendo los talleres.

En este sentido, tanto las reuniones como las entrevistas se focalizaron hacia, por un lado, la demanda existente en el grupo y, por otro, a los objetivos concretos de la investigación. Todo ello en un proceso de retroalimentación, en el que la investigadora sistematizaba la información recogida y ésta era devuelta al grupo, para así poder contrastar dicha información con nuevas aportaciones, una vez analizada.

### *Las entrevistas individuales*

Para llevar a cabo las entrevistas se eligieron ocho personas, productoras y/o consumidoras, implicadas en la Red. Hay que decir que estas personas constituyen el núcleo central de la Red, ya que su participación e implicación hace que estemos hablando en muchos casos de militancia. En el momento del diseño del trabajo de campo no se consideró necesario entrevistar a personas que no se encuentran implicadas y que su participación en la Red apenas va más allá del consumo. Nos interesa conocer la dimensión política y ética de este consumo, que es lo que realmente aporta un elemento transformador a esta experiencia.

En cuanto al número de entrevistas se decidió que la muestra elegida cumplía con una representatividad teórica de los discursos que se encuentran entre las personas más implicadas desde el punto de vista del consumo y desde la producción.

La mayoría de las entrevistas se realizaron principalmente en las casas y/o fincas de los y las entrevistadas, en un ambiente propicio para la conversación. El contacto previo de la investigadora con las personas entrevistadas facilitó el encuentro, que fue negociado para que se realizara en las condiciones requeridas por las mismas.

Para el desarrollo de la entrevista se elaboró un guión que sirvió para encauzar la conversación en momentos en los que ésta se salía del objetivo de la investigación. No obstante, en la mayoría de las entrevistas los temas van surgiendo de forma espontánea, sin necesidad de recurrir al modelo de preguntas-respuestas.

Una vez realizadas las entrevistas éstas son transcritas para su posterior análisis. Este análisis se basa en una serie de categorías que a su vez se apoyan en los objetivos de la investigación.

### *El trabajo en grupo*

En marzo de 2010 tiene lugar el primer encuentro con la Red, en el que se presenta el objetivo de la investigación y se recogen las aportaciones de las personas asistentes. El proyecto inicial presentado se adaptó a tales demandas y se estableció un plan de trabajo que consistía en tres reuniones preparadas para

abordar tres temas diferentes: principios y filosofía de la Red; criterios de entrada de nuevos/as productores/as a la Red; y elaboración de un protocolo de entrada para nuevos/as productores/as (véase Anexo III).

#### Primera “reunión reflexiva” (9 de abril)

La primera reunión se desarrolló en torno a la discusión sobre los principios y filosofía de la Red: ¿Por qué construimos esta red? ¿quiénes somos y por qué estamos aquí? Mediante una “lluvia de ideas”, se discutieron los objetivos considerados prioritarios para el grupo y que se detallan a continuación:

##### *1º. Establecer relaciones más cercanas entre consumidores/as y productores/as.*

Dentro de este objetivo, surgieron ideas más concretas:

- Importancia de la **participación** de todos los grupos (consumidores y productores) en las reuniones.
- Necesidad de establecer vínculos entre consumidores y productores, estableciendo **espacios comunes** (ya sea en las reuniones, ya sea visitando a los productores...).
- Hay que dar prioridad a los **productos cercanos** pero, ¿qué pasa con los otros productos que consumimos y que no podemos obtener de esta manera?
- Es importante el **conocimiento mutuo** (búsqueda de mecanismos que lo permitan).
- Hay que tener en cuenta que se trata de un **proceso** a largo plazo, donde los criterios de confianza son fundamentales.

##### *2º. Llevar a cabo una transformación y cambio en las relaciones comerciales convencionales.*

En este objetivo, también aparecieron elementos concretos en los grupos:

- Importancia del apoyo a proyectos que buscan **estilos de vida diferentes** al criterio que impera en el comercio convencional y que se basan fundamentalmente en la rentabilidad económica.
- Apostar por un **consumo responsable** en su sentido amplio, ya no sólo desde la salud y el respeto al medio ambiente, sino también en criterios sociales y de justicia social.

Más allá del establecimiento de los objetivos principales, durante esta reunión el debate se genera fundamentalmente alrededor de dos temas:

- ¿Cómo acceder a productos que no son cercanos y que sin embargo consumimos habitualmente? Por ejemplo, café, legumbres, etc.

- Si los criterios que se introducen en el consumo de la Red son fundamentalmente individuales (salud) y/o medioambientales (ecológicos) o si estos criterios deberían incluir cuestiones sociales y políticas (justicia social, condiciones laborales, transformación de la realidad, relaciones de cercanía, etc.).

En base a estas cuestiones se establece una dicotomía fundamental entre las personas que forman parte del grupo: entre quienes apoyan una apertura mayor de la Red a la entrada de nuevos productores/as y quienes se muestran más reacios a la apertura. El primer grupo apuesta por ampliar la lista de productos con todos los que consumimos habitualmente, y que cada consumidor/a decida individualmente si quiere consumirlos o no, con lo “ecológico” como único criterio. Por otro lado, el segundo grupo apuesta por establecer prioridades y dotar a la red de unos criterios más específicos para la entrada de nuevos productores/productos.

#### 2ª reunión reflexiva (7 de mayo)

La segunda reunión reflexiva tiene como objetivo trabajar con la principal dicotomía surgida en la anterior reunión, referida a la entrada o no a nuevos productos según qué criterios. Para ello, se presentaron los resultados de la sistematización de la primera reunión y se plantea al grupo una posición intermedia a la dicotomía surgida: *“Estamos hablando de que se trata de una **transición**, de un camino, un proceso, por lo tanto, para la entrada de nuevos productores, habrá que establecer unos criterios mínimos que garanticen que, al menos, existe una aproximación a los objetivos consensuados por la Red: crear relaciones más cercanas entre consumidores y productores; y llevar a cabo una transformación y cambio en las relaciones comerciales convencionales”*. Todas las personas se muestran de acuerdo con esta posición y a partir de ahí se comienza a trabajar sobre cuáles son esos criterios de entrada.

A partir de esta reunión se establecen unas prioridades para la entrada de nuevos productos, que se muestran a continuación:

1º. Productores que ya están dentro de la Red y que proponen nuevos productos a la Red.

2º. Personas dentro de la Red que deciden poner en marcha un proyecto y la Red les apoya.

3º. Proyectos en transición: productores que no están en la Red y que muestran un interés por participar.

4º. ¿Podríamos introducir un cuarto grupo, que sean productores que nos facilitan el acceso a productos básicos que aún no encontramos de forma cercana, sin que cumplan criterios de participación, pero que se acerquen a los otros criterios? La Red seguiría apoyando los proyectos cercanos, pero también serviría para abastecernos de estos otros productos (por ej. Legumbres, arroz, cereales...).

### 3ª Reunión reflexiva (04/06/2010)

La última reunión reflexiva sirve para sistematizar el trabajo realizado en las anteriores. Así, como resultados se presenta un protocolo de entrada de nuevos/as productores/as en la Red, teniendo en cuenta que el principal mecanismo de garantía con el que se cuenta es la confianza.

Se establecen así unos mínimos a cumplir que más tarde se convertirán en un protocolo a seguir:

- Presentación a la Red
- Cumplimiento de los criterios mínimos
- Elaboración de una ficha de entrada: descripción del proyecto y del producto
- Grado de participación e implicación en el proyecto
- Apertura de la finca a visitas de la Red.

## **5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

A continuación se presentan los principales resultados del análisis de las entrevistas y reuniones realizadas durante el período de marzo a septiembre de 2010, donde se incluyen las reflexiones que han ido surgiendo como fruto de la participación activa de la investigadora en la realidad estudiada.

La exposición de los resultados se ha dividido en cinco bloques temáticos. Un primer apartado, hace referencia a la contextualización y caracterización de la RCP, centrándose fundamentalmente en la forma de funcionamiento y organización de la misma. En segundo lugar, se presenta una tipología de actores que participan en la Red en función de las motivaciones que guían dicha participación. En tercer lugar, se realiza un análisis de las debilidades y fortalezas encontradas, a partir de los males comunes que se identifican y perciben en el grupo. En cuarto lugar, el análisis se centra en la RCP como proceso de transición social agroecológica, aludiendo a cuestiones relacionadas con la percepción de la Red como un proceso de construcción y como una alternativa posible. Por último, se aborda el proceso de creación de un sistema de confianza a través del trabajo interno de la Red en las reuniones dinamizadas y sistematizadas durante el período de investigación.

### **5.1. Contextualización y caracterización de la RCP de Córdoba**

La Red de Consumidores y Productores de Córdoba nace a raíz del encuentro de un conjunto de personas y colectivos preocupados por el consumo. Surge en un contexto donde ya existía una serie de cuestionamientos, propiciado por la conexión entre diversos grupos, consumidores y productores, en unas jornadas sobre agricultura urbana celebradas en Córdoba. La puesta en común de intereses y problemáticas llevó a la construcción de la Red, a la que con el tiempo se han ido uniendo otras personas.

La RCP está formada por diversos grupos de consumo y por varios productores y productoras, con características y formas de organizarse muy diferentes. En ellos encontramos diversas formas de hacer, motivaciones y prioridades que, aunque con

ciertas bases comunes, dotan a la Red de una importante diversidad y heterogeneidad.

Se reúnen en torno a la Red, grupos que, como la Acequia (a partir de ahora Amaranto), ya constituían un grupo comprometido con el consumo responsable, siendo pioneros dentro del conjunto en la compra directa a productores<sup>10</sup>. Otros, como la Alacena, se han formado como grupo a partir de las inquietudes personales en torno al consumo y se han unido a la Red cuando ésta se ha puesto en marcha. Sin embargo, la mayoría de los grupos se forman alrededor de alguna o algunas personas que, con inquietudes e intereses alrededor del consumo responsable, han impulsado en su entorno más cercano su creación. Tal es el caso de la Grama en Posadas<sup>11</sup>, el grupo de la universidad de Rabanales o el grupo formado en el Quiñón. Esta diversidad, a la vez que enriquece las formas de hacer de la Red, dificulta en cierta medida la participación equitativa de personas y grupos en la misma. Algunos grupos experimentan dificultades a nivel organizativo, sobre todo en lo que a asumir responsabilidades se trata, ya que muchas veces las tareas recaen en una sola persona o grupo de personas. En este camino, algunos grupos se disuelven ante la falta de participación de sus componentes<sup>12</sup>.

La diversidad es una característica intrínseca a la Red, no sólo por parte del consumo, sino también de la producción. Desde el inicio, el grupo se planteó como base fundamental dar prioridad a productos ecológicos y cercanos, pero también a la participación e implicación de los y las productoras en la construcción y desarrollo de la Red. En este sentido, existen en la actualidad distintos niveles y cada caso parece haberse valorado en función de sus particularidades. Por un lado, la mayoría de los proyectos productivos que participan lo hacen activamente, e incluso en algunos casos se han ido transformando en función de las necesidades y demandas de la propia Red. En otros casos, tal y como el del queso o el de la carne, las necesidades

---

<sup>10</sup> Varios entrevistados citan a la Acequia como impulsora de la Red y algunos productores ya vendían sus productos a través de la cooperativa antes de constituirse la Red.

<sup>11</sup> E6: “Luego se formó porque bueno, pues teníamos la idea, nosotros, yo estuve buscando tierra, un poco ahí... viendo algún modelo de que pudiésemos producir aquí, pudiese vivir alguna gente de esto, pudiésemos suministrar verdura un poco fuera del circuito comercial convencional, y hubo por ahí una serie de personas que surgieron, unas reuniones que tuvimos y todo empezó así”

<sup>12</sup> Tal es el caso del grupo que llevaba Ana Gavilán, una de las entrevistadas, que estaba compuesto por compañeros y compañeras de trabajo, y que en el transcurso de este trabajo decidió no continuar con él.



de consumo han primado y, aunque los productores no están demasiado implicados, se ha considerado que hasta que no exista otra alternativa, estos productos tienen cabida dentro del grupo.

También la proximidad constituye otro elemento de distinción en cuanto a la producción se refiere. Si bien se pretende que la Red dé cabida sobre todo a productos de la zona, en el caso de algunos alimentos, ante la falta de alternativa conocida en las proximidades de Córdoba, se ha optado por acudir a productores de otras provincias. Tal es el caso de los aguacates, en Salobreña, del queso, en Granada, o de la carne, en Jaén.

La Red, por tanto, se encuentra ante un reto importante en cuanto a su funcionamiento y organización. La flexibilidad, en muchos casos, permite unir en torno a unos objetivos mínimos comunes, a un conjunto de grupos y personas muy diferentes. Esta flexibilidad es acompañada de ciertas normas internas comunes, dando libertad a los grupos para que se organicen de la manera que crean conveniente, teniendo en cuenta las peculiaridades de cada caso. A día de hoy, es quizás en la forma organizativa donde la Red se mueve más cómodamente, habiendo llegado a unos mínimos comunes que mantienen al grupo más o menos cohesionado y en funcionamiento. Además, el hecho de que algunas personas se encuentren más implicadas y motivadas, con un alto grado de participación, facilita e incluso permite que se funcione de forma efectiva<sup>13</sup>.

### *Las Reuniones*

Las reuniones de la Red son el pilar fundamental en el que se basa su funcionamiento. Es aquí donde se hace visible el encuentro, la confianza, la toma de decisiones, las distintas posiciones e incluso las emociones y el fortalecimiento de los lazos afectivos tan importantes en este tipo de redes.

*Uno de los comentarios que salió en una de las reuniones, fue que qué guay la Red, que se está haciendo ahí más que de una manera efectiva, de una manera afectiva, que había mucho afecto entre la gente y entonces eso es muy guapo, porque yo ya no voy a las reuniones y a las repartos, a repartir o*

---

<sup>13</sup> No obstante, es cierto que el aumento del número de personas y grupos de consumo, así como la entrada de nuevos/as productores/as está dando lugar a nuevos debates internos alrededor no sólo de la filosofía de la Red sino también en cuanto a la propia organización.

*a debatir sólo, o a ver cómo darle vueltas a esto, sino que vas a ver a la gente, a estar con la gente y a disfrutar de un ratito en el que vale, hemos venido a traer los productos, pero yo a lo que he venido es a veros, y a estar aquí un rato, a ver cómo os va, a que me contéis. (E1)*

Celebradas mensualmente, a ellas acuden representantes de cada grupo, tanto de consumidores como de productores y los temas principales se dividen en varios bloques operativos: evaluación del reparto y de los productos del mes anterior, propuesta de nuevos productos o productores, propuesta de días para el pedido, reparto y reunión del siguiente mes y puesta en común de temas a discutir. Además, durante los meses de elaboración de este trabajo, se reservó un espacio importante para el proceso reflexivo llevado a cabo. La valoración que se ha hecho del mismo ha sido muy positiva, proponiéndose este espacio como algo necesario y permanente en las asambleas que se desarrollen en adelante.

*Yo creo que eso es ya perpetuo. Que ahora lo vemos como puntual porque estamos trabajando temas fundamentales, como son los criterios de admisión de un producto, un tema como básico, pero después de ese tema hay infinitos temas. La cosa tiende a que siempre tenga que existir ese espacio, y que siempre tenga que existir ese proceso, que no termina nunca, vamos. (E4)*

Con el tiempo, las reuniones se han convertido también en un mecanismo de confianza. Por un lado, porque el mero encuentro ya es considerado como una forma de “conocerse mejor”. Por otro lado, porque son celebradas en diferentes fincas, lo que permite que tanto productores como consumidores conozcan el lugar donde se producen los alimentos. Aunque no se ha considerado necesario elaborar un protocolo de visitas donde se recojan indicadores a evaluar, el simple hecho de que el productor abra las puertas de su finca a la Red, genera confianza sobre el producto que se consume.

### *El reparto*

El reparto es otro de los momentos cruciales en el funcionamiento de la Red. El pedido se realiza mensualmente, sobre una tabla de productos actualizada todos los meses. Esto supone que una persona de cada grupo asume la tarea, encargándose de recoger los pedidos y de enviarlos a los productores en una fecha determinada, normalmente diez días antes del reparto. Internet se convierte así en una

herramienta fundamental para el funcionamiento de la Red, en cuanto que facilita esta comunicación<sup>14</sup>.

En cuanto al lugar del reparto, en un principio, existía cierta preocupación, ya que al ser una actividad al margen de los circuitos comerciales convencionales, podría suponer un problema legal para los productores intercambiar en la calle, tal y como venían haciendo colectivos como la Acequia o la Rehuerta. Este problema se solventó con la cesión de un espacio por uno de los miembros de la Red, que permite que el reparto se realice mensualmente en su finca situada a las afueras de Córdoba. Productores y consumidores se reúnen en este espacio para el intercambio, generándose una relación directa entre ambas partes. La valoración que se hace de los repartos es muy positiva por parte de todas las personas de la Red, percibiéndose una notable mejora con el transcurso del tiempo y la experiencia adquirida.

### *La participación*

Desde un inicio, la participación ha sido considerada como una cuestión fundamental para el funcionamiento de la Red. Esto hace que las personas implicadas adquieran un compromiso con las tareas y responsabilidades que supone ser miembro activo de la misma. No obstante, existe un debate aún abierto sobre los distintos niveles de participación, tanto de consumidores como de productores.

En cuanto al consumidor, la idea general es que formar parte de la Red requiere una participación mínima. Los grupos de consumo, en este sentido, gestionan de forma diferente la participación de sus miembros. Algunos como Alacena o Amaranto se organizan internamente repartiendo todas las tareas, de modo que las personas que consumen adquieren una responsabilidad cada cierto tiempo. Otros grupos, sin embargo, no han configurado aún un sistema rotativo de tareas, y suele ser una o dos personas las que se encargan de todas ellas. Esto, a la larga, se percibe como

---

<sup>14</sup> Cabe destacar que durante el trabajo de campo, aunque no ha sido un tema especialmente analizado, se han ido estableciendo debates sobre las ventajas e inconvenientes que plantea esta herramienta. Por un lado, facilita la comunicación en cuanto a las tareas más operativas (envío de la tabla de productos, traslado de los pedidos mensuales, puesta en común de productos nuevos...), pero por otro lado, presenta algunos problemas comunicativos (saturación de información, establecimiento de discusiones fuera de la asamblea, dificultad de algunas personas en su acceso...).

una amenaza, ya que se suele cargar de trabajo a las personas más motivadas e implicadas, con el riesgo de que éstas se cansen y abandonen el proyecto.

*Según mi experiencia esto siempre lo acaba sosteniendo dos, tres, cuatro, cinco o seis personas, no más... esa es mi experiencia y a lo mejor me equivoco y ojalá. Entonces para que te compense tienes que tener o mucho entusiasmo o que te interese de forma práctica. (E3)*

*Evidentemente, en el momento en que no haya una militancia abnegada pues no va, porque la mayoría de la gente no quiere. (E8)*

La participación por parte de los y las consumidoras requiere, inicialmente, acudir a las reuniones y a los repartos. No obstante, ir más allá supone que se asumen otros compromisos y es aquí donde encontramos una mayor o menor implicación en la Red. Al fin y al cabo la Red se concibe, no sólo como un espacio de intercambio de productos, sino sobre todo como potencial constructor de una economía alternativa, basada en las relaciones directas, la cooperación y el apoyo mutuo.

*Creo que todos nos estamos transformando en este proceso, entonces creo que es indispensable que las personas que forman parte de la Red, tanto productores como consumidores, puedan ser parte de ese proceso. Si se aíslan de ese proceso no le veo sentido a que participen. (E4)*

Para ello, es necesario que exista una mayor implicación, que en el caso de los consumidores pasa por un compromiso mínimo en su consumo. De esta manera, se pretende romper con las leyes de la oferta y la demanda y con el poder que el consumidor adquiere en las relaciones convencionales de intercambio<sup>15</sup>.

En el caso de los productores la participación ha supuesto también una cuestión fundamental del proceso. Al igual que ocurre con la parte del consumo, se considera necesario que éstos participen en las reuniones de la Red y en la construcción de la misma. De hecho, la participación genera un mecanismo de confianza, que se hace efectivo a través de dos cuestiones: la participación en las reuniones, por un lado, y la apertura del lugar donde se producen los alimentos, por otro. No obstante, a raíz de los debates surgidos y de lo que se puede concluir de las entrevistas realizadas, se establecen distintos grados de participación de los productores.

---

<sup>15</sup> Al término de este trabajo la Red se encuentra en pleno proceso de análisis de este compromiso, con el objetivo de que suponga un apoyo real para las y los productores y se conozca la capacidad que tiene el grupo de asumir una determinada producción.

Así, se entiende que en algunos casos es complicado acudir a todas las reuniones, puesto que algunos productores provienen de fuera de la provincia de Córdoba y asumen acudir al reparto, siéndoles imposible quedarse también a las reuniones. De esta forma, se consideran varios niveles: desde los que participan plenamente en la Red, esto es, que acuden a los repartos y a las reuniones, además de que realizan esfuerzos en la construcción de la Red; hasta productores puntuales que acceden a la Red a través de algún miembro, que realiza las labores de coordinación, reparto, etc., en nombre del productor. Entre uno y otro extremo existen algunos productores que acuden a los repartos, que van a algunas o a ninguna reunión, etc. La posición de la Red en este sentido se va a establecer en los compromisos, es decir, el apoyo mutuo y el compromiso tanto del consumidor como del productor se establecen fundamentalmente con los proyectos y personas que participan activamente en la Red.

*No se puede establecer una relación distante y estática, de decir, esta persona me interesa su producto y vamos a pedirle todos los meses y así se va a quedar. A mí eso es lo que me parece absurdo y que no cumple para nada con el objetivo de la red. Ahora, establecer un vínculo, que poco a poco se vaya produciendo acercamiento, que haya una simbiosis e interacción, que vayamos acomodando ritmos, ¿no?, y al final esos ritmos confluyan en una participación plena, me parece fundamental, vamos, es que creo que si no la Red llegará un día en que colapsará por ser un club, como podría colapsar de otro modo, convertirse en un Almocafre si va por el otro lado. (E4)*

Asimismo, se plantea la posibilidad de acompañar tanto a los productores como a los consumidores en el proceso de entrada a la Red, asumiendo que existen diferentes situaciones de partida y que no todo el mundo está acostumbrado a participar en este tipo de experiencias.

*Es que interiorizar el ritmo de esto no es tan fácil, no sé, yo porque en mi vida sí he tenido otras asambleas, he tenido, no sé, he vivido procesos, no los mismos, pero sí similares... pero hay personas que es que no tienen interiorizados estos procesos para nada (...) para que otras personas se incorporen necesitan procesos más lentos, y en esos procesos más lentos necesitan o es muy positivo que tengan acompañamiento. (E4)*

Al igual que en el caso de los productores, también los consumidores alegan ciertos problemas a la hora de participar en un proyecto de este tipo. Entre ellos, aparece la “multimilitancia” como una de las causas por las que algunas personas encuentran dificultades para la participación.

*Yo creo que la participación está siendo buena. Ya te digo, con el agravante de la multimilitancia y demás, y de los tiempos de cada, y que... pero más o menos*

*nos vamos articulando y yo creo que estamos funcionando, no sé, en la última reunión, por ejemplo, vino mucha gente, ha habido reuniones en las que hemos estado 10 personas, y en la última reunión pues éramos casi el doble. (E2)*

No obstante, también se advierte la necesidad de dar una mayor prioridad a la participación, aunque a veces las reuniones en diferentes espacios sociales limita el tiempo real que se puede dedicar a un proyecto de este tipo. Por otro lado, se evidencia la falta de compromisos de algunos consumidores, que contemplarían la Red como una forma fácil de consumir productos de calidad a un bajo precio. De ahí los miedos expresados por algunas personas de que se convierta en una distribuidora de productos ecológicos para que la gente tenga su “nevera llena”.

*Tampoco quiero que esto se convierta como en algunos momentos hemos dicho, en una distribuidora. O sea, mi tiempo libre yo no lo voy a dedicar a distribuir para que haya un margen de beneficio para el productor y que no se lo lleven las intermediarias, pero al final eso lo estamos haciendo porque hay gente que trabajamos gratis (...) Creo que tampoco es esa la manera, porque nos vamos a quemar y no es sostenible. (E8)*

Otra de las cuestiones que se plantean en cuanto a la participación es la posibilidad de ampliar el número de participantes en la Red. En relación a la producción parece una cuestión clara para la mayoría de personas entrevistadas la necesidad de incorporar nuevos productos, ante la escasez de ciertos alimentos básicos en la lista de pedidos. No obstante, este tema es planteado de distintas formas. Para algunos, se debería priorizar la entrada de productos por encima de otras cuestiones más relacionadas con la participación o el tipo de proyecto productivo que se apoya.

*Y la base, por lo menos para mí es importante, que haya una lista de productos, porque yo lo priorizo, y me acuerdo cuando estuvimos trabajando en grupo, lo pusimos: “consumir productos ecológicos”. Además se trata de una red de consumidores, ¿no?, o sea que eso es básico (...) Entonces la red de consumidores se abastece o se nutre, se... de una serie de productos, cuantos más mejor. Y yo digo cuanto más mejor, sin llegar a una cosa... pero en nuestro consumir cotidiano hay muchísimas cosas, muchísimas, que si yo evito tener que ir a ningún otro sitio, pues eso es lo que pretendo. (E3)*

Para otras, sin embargo, aunque se ve necesario ampliar la lista de productos esto no sería prioritario, siempre sin perder de vista que el objetivo último de la Red, lo que une al colectivo, sería ese intercambio de productos.

*Luego por ejemplo también enfocado también a lo que es el consumo también hay que ser realista, ¿no?, en ese aspecto. O sea, este grupo se creó también por necesidades de consumo, entonces también gracias a esa multimilitancia*

*aunque seamos grupos que ya estamos rodados, que ya nos conocemos más y en ese aspecto podrían parecer menos nutritivos, ¿no?, o aportar menos desafíos, que siempre son muy interesantes, también hay que ser realistas, ¿no?, y pensar que nos vamos a perder, o que no deberíamos perdernos en una red de consumo que realmente no está cubriendo nuestras necesidades de consumo. (E2)*

En este sentido, algunos van más allá, y plantean que la ampliación de la lista de productos iría por detrás de otras cuestiones, que estarían en el fondo de los objetivos de la Red, esto es, llevar a cabo un proceso de transformación.

*Creo que es fundamental, que tanto productores y consumidores se puedan implicar en este proceso de transformación, si no pueden, no le veo sentido que formen parte de la Red. Y tampoco es para mí, personalmente una preocupación muy grande el hecho de que ahora mi lista, productos que yo consumo no los pueda adquirir en la Red, porque para productos ecológicos me los puedo comprar en otro lado, y si vacío la Red de contenidos entonces no quiero Red. Prefiero que no exista. En ese sentido lo tengo claro, cuantos más productos mejor, pero sobre todo con una base, ¿no?, y con los principios que hemos establecido. (E4)*

Las limitaciones al número de consumidores se justifican también de formas diferentes. La opinión general es que un crecimiento de los grupos de consumo puede llevar a una complejización de la organización en todos los sentidos, ya sea en cuanto a la toma de decisiones, al funcionamiento de los repartos o a la deseable relación directa entre las personas que componen la Red.

*Porque si sigue creciendo digamos que al final tendería a ser lo que ya tenemos, si sigue creciendo hasta el infinito sería necesario personas que intermediaran, porque ya sería tan grande la estructura que no se podría sostener por sí sola, ¿no?. Entonces para mantener esa humanidad digamos, esa humanidad que se persigue, esa cercanía, es necesario que tenga un límite y que simplemente se reproduzcan, que se repliquen experiencias como esta, que se repliquen a nivel de una misma localidad si es necesario o que se repliquen en otras. (E4)*

*Hombre, yo creo que muchos más, sería poco funcional, a lo mejor. Se vuelve poco funcional, por los repartos, la organización de los pedidos, las reuniones incluso, ¿no? Puede crecer todavía, pero... (E6)*

No obstante, esta percepción general que tiende a limitar el crecimiento de los grupos tiene sus matices. También se considera que aún no se ha llegado a una situación de saturación numérica de los grupos y que incluso para que a los productores les sea rentable abastecer a la Red sería necesario que aumentase el consumo.

*La mayoría de la gente no se arriesga a producir cosas porque no le merece la pena porque no sabe cómo le va a salir y los que están produciendo de verdad con un sello y no se cuanto, es que le merece el sello porque así tiene salida en Almocafre, en Ortigas en Sevilla... entonces esto es una alternativa, yo creo que es una alternativa pero nos tenemos que mover mucho para buscar productores y productoras, productos y consumidores. Esto tiene que aumentar de consumo, porque somos muy poquitas ahora mismo consumiendo. (E8)*

Replicar el modelo es la solución que algunas personas encuentran al posible crecimiento de los grupos. Que existan otras redes y que se extienda al mayor número posible de personas es algo deseable, incluso como opción para compartir productores y que éstos puedan ampliar sus ventas.

*Lo que yo quería comentar era que las redes a pequeña escala, absorbiesen productores a pequeña escala. Pero que fuesen, o sea, que un productor, que a lo mejor nuestro grupo de consumidores no debiese crecer más, pero que se hiciese otro grupo y que englobase a los mismos productores, o a productores... ¿sabéis lo que...? Por ejemplo, pues que aprovechar que... en lugar de que entrasen más grupos de consumo a esta red, pudiese haber como una red paralela, que tuviese algunos de los productores que tenemos.. (E6)*

### *La toma de decisiones*

El modelo participativo en el que se pretende encuadrar la Red es un modelo horizontal, en el que la toma de decisiones se realice por consenso. Una de las dificultades identificadas para que el proceso sea efectivo se encuentra en la heterogeneidad de los grupos que componen la Red, con experiencias participativas muy diversas. Así, la cuestión de la toma de decisiones, aunque ha sido puesta en común a lo largo de las reuniones, no es un tema que se haya desarrollado, existiendo cierto vacío al respecto.

Quizás la experiencia de algunas personas participantes en la Red en diferentes colectivos que trabajan la horizontalidad y el consenso en las asambleas, ha dado por hecho que la forma de trabajar y de decidir debería ir orientada hacia ello.

*En el tema de la toma de decisiones pues me parece que la lógica de la Acequia, de la Rehuerta en su momento, que viene un poco del BAH! Y viene del MST, o sea, es la lógica de los grupos pequeños, son los espacios donde se puede reflexionar, donde hay más horizontalidad, eso va a una escala mayor donde hay representatividad entre comillas, no sé, donde se toman decisiones en función de los grupos y de ahí van a los grupos. Y eso tiene que*



*fluir muy bien, tiene que fluir muy bien en los grupos y muy bien en las decisiones. (E8)*

Sin embargo, no se ha explicitado ni trabajado en ninguna reunión, aunque sí han existido algunos cuestionamientos relacionados con la toma de decisiones en alguna de ellas. En este sentido, se ha advertido en alguna ocasión que las reuniones de la Red hasta ahora no son representativas de las decisiones tomadas en los grupos. Hasta el momento, las personas que participan en las reuniones mensuales no han devuelto a sus grupos, de forma sistemática, las decisiones tomadas en conjunto y tampoco han tomado decisiones teniendo en cuenta la opinión del propio grupo.

*Hay unas reuniones que son mensuales y a raíz de esas reuniones luego vamos ciertas personas de cada grupo y luego lo transmitimos al resto del grupo. Por ejemplo veo que ahí a nosotros andamos un poco cojos. O sea, se transmiten las cosas pero no tenemos una reunión especial para hablar del tema (...) nosotros después de cada reunión intentamos transmitir al resto del grupo lo que ha pasado, la anécdota así, entresijos de la Red, y preparar para la siguiente. No es que llevemos un discurso preparado para la siguiente reunión pero sí ya sabemos quién va a ir, quién no va a ir... Y a lo mejor en cosas que sí que nos interesaría más que le damos más prioridad o más importancia. (E1)*

Ello ha supuesto que algunas personas cuestionen el proceso de toma de decisiones y que se haya trasladado al grupo la necesidad de trabajarlo de forma más sistemática.

*Tenemos que trabajar dentro del grupo para llevar claro entre todos y el que vaya a la reunión diga "esta es nuestra posición y esta es tal, y lo que salga de aquí yo lo tengo que revertir en mi grupo para poder dar una opinión", aunque más o menos pueda tener una actitud de lo que vayamos a decidir, pero no sé, me parece importante, porque como grupo de consumo participemos de esa asamblea, de reuniones y ahí se pueda intentar estructurar como Red, forma de consumo y de decisiones dentro de la Red (E2)*

Se trata por tanto, de algo que se sobreentiende, pero de lo que se es consciente debería trabajarse a corto plazo para que la Red funcione efectivamente dentro de un modelo horizontal de toma de decisiones.

No obstante, hay personas que dudan del modelo por la complejidad que suponen tendría el consenso. La dificultad de tomar decisiones en las asambleas y la falta de práctica en el consenso, hace que algunos apuesten por la mayoría simple.

*Pero claro, a lo mejor yo no soy capaz de convencerles, entonces pues o llegamos a un acuerdo a través de una votación, por mayoría o bueno, cada uno que tome la decisión y si no me interesa pues me voy, o hago otra red, o no lo sé (...) Asambleario... Está bien, pero al final la asamblea acata lo que dice la mayoría. (E3)*

Esta opción no es mayoritaria, ya que existe un sentir común de que el modelo ideal a seguir es el de la horizontalidad y el consenso, aún cuando se entienden las dificultades que ello trae: la ya nombrada heterogeneidad de los grupos; el necesario ir y venir de información entre la Red y los grupos, que ralentiza la toma de decisiones; el aumento del número de personas consumidoras y productoras que podría obstruir el proceso, etc..

El último debate alrededor de esta cuestión, estableció que distintas decisiones requieren distintos procesos. Así, se entiende que en las reuniones de la Red se podrían resolver cuestiones operativas, ya que éstas requieren una mayor agilidad en la toma de decisiones. Sin embargo, otras de carácter más estratégico o filosóficas, deberían ser discutidas en los grupos antes de ser tomada cualquier decisión.

#### *La confianza y las relaciones directas*

El principal mecanismo de garantía con el que funciona la Red es la confianza. Se parte, en principio, de un rechazo a los sistemas de garantía basados en terceros, es decir, a las certificaciones oficiales. Es quizás una respuesta hacia las instituciones públicas, a la desafección alimentaria que se genera cuando la mayoría de los alimentos son producidos dentro de un sistema agroalimentario complejo, industrializado y globalizado, que ofrece alimentos estandarizados, anónimos y alejados de quien los consume. Esta desafección se habría trasladado igualmente a los productos ecológicos certificados, cuya garantía merece la desconfianza por parte de estos consumidores o, al menos, no garantizaría cuestiones que se consideran prioritarias, tales como la cercanía, las relaciones justas de intercambio, las condiciones laborales en las fincas, etc..

*Para mí, la certificación en ecológico no tiene tanto valor como lo que pueda hacer, pues yo que sé... por ejemplo, estas patatas son de Manolo Páez, de aquí de mi pueblo, un tío que tiene 70 años y él las cultiva y hace poco le llevé de las nuestras y ahora nos da estas y, pues no son ecológicas porque no están certificadas, pero dice, "hombre las mías son más grandes que las tuyas porque me he meao en ellas" (risas), tampoco le echa abono ni le echa nada,*

*pero yo que sé tía, que lo del ecológico pues ya tenemos aquí cercanas muchas explotaciones en ecológico, que les llaman, y yo he ido allí y cuando ves, yo que sé, cuatro hectáreas, de naranjos, es que esto es ecológico, montado en caballones, además y... que luego exportan y que aquí no dejan nada, pues tío, es que no estás aportando nada, estás destruyendo. Y a mí, yo no creo en ese modelo ecológico. (E6)*

Por parte del productor, además, la certificación parece suponer un trabajo extra que no se está dispuesto a asumir. Es por ello que prefiere recurrir a otras relaciones de intercambio, que tengan en cuenta las peculiaridades de cada uno y que no dificulten el proceso.

*Que es un rollo, o sea, el proceso de certificación, el control, el tema de las ayudas, todo eso es realmente para coger y decir mira, no quiero saber, meteros el certificado por donde os quepa, las subvenciones por donde os quepan, porque todo al final pues son o empresas privadas las certificadoras con ayudas del Estado, o el tema de las ayudas son también ayudas que las concede el Estado, pero que a través de entidades colaboradoras, y estás un poco a su merced, porque claro si en una campaña la persona que coge y que es, que te hace esa solicitud de ayuda pues no la realiza bien, luego tú tienes problemas y claro, el Estado no quiere saber si es culpa tuya, si no es culpa tuya, eso es que caes al final, tú estás ahí a lo que ellos digan y te puedes quedar sin cobrar una subvención (E5)*

Por tanto, la búsqueda de otros mecanismos para (re)establecer esa confianza es uno de los asuntos más discutidos dentro de la Red. Ante la necesidad de contar con algún sistema de confianza no delegada a terceros, la mayoría de las personas implicadas en la Red optan por configurar un proceso propio, que incluya aquellos aspectos o criterios que se consideran prioritarios.

*Sí me parece necesario un proceso de certificación entre comillas, o de... de eso, de confianza, que establezcamos pues nosotros mismos. Que no es necesario fijarnos en nada, simplemente qué creemos nosotros que es necesario, para tener esa confianza. Y poco a poco pues se irá construyendo también , ¿no?. (E4)*

De ahí la importancia que adquiere la cercanía y la relación directa entre productores y consumidores que es, al fin y al cabo, el mecanismo más importante de confianza con el que se cuenta.

*Entonces que son relaciones más o menos directas y además también, que hay una relación personal, que hay unas relaciones de confianza, de amistad y que la gente que participe tenga esos principios. (E2)*

Un sistema de garantía basado en la confianza supone, además, una ruptura con los mecanismos propios del sistema económico convencional, donde la relación entre consumidor y productor es nula y donde imperan valores como la competitividad, el control o el “poder sobre”. Las relaciones que se establecen en estas experiencias pretenden ser más equitativas y basadas en el apoyo mutuo.

*Y a mí me flipa, me encanta, me encanta enrear, con la gente y sentir que las cosas pueden ser diferentes y que confías en las personas y que la gente se mueve por otros intereses, que los puramente individuales, económicos, no sé. Eso que nos mueve a todo el mundo, vamos. (E8)*

Esas relaciones más equitativas pueden también equilibrar la balanza entre consumidor-productor en cuanto a los precios. Éstos son establecidos por ambas partes, llegando a un acuerdo entre lo que el productor considera debería ser el precio a pagar por su producto y lo que el consumidor puede pagar, en este caso, teniendo en cuenta los costes reales de la producción. En este sentido, se es consciente de la necesidad de que exista una relación directa y de confianza, para poder pasar de un modelo de racionalidad económica, en el que prima el negocio, a un modelo de racionalidad ecológica, que busca la estabilidad económica y social, tanto de productores como de consumidores.

*A la hora de sacar este proyecto para adelante, porque es un proyecto muy... así, muy bonito. Donde puedes conseguir productos directamente de los agricultores, sin pasar por intermediarios, sanos, de calidad, a un buen precio, a un precio que no lo vas a encontrar en ningún supermercado ni en ninguna tienda. (E5)*

*Entonces es algo que yo lo veo súperpositivo, por todo lo que hemos hablado de... primero relación directa consumidor-productor, segundo porque creo que es justo tanto para el que consume como para el que produce y... y entonces pues no sé... (E7)*

Además de la relación directa, la confianza se apoya en otros mecanismos, tal y como las visitas a las fincas de los y las productoras. Aunque no se ha elaborado un protocolo para tales visitas, solo la apertura de los lugares y la celebración de las reuniones en las fincas, suponen un mecanismo de garantía en sí misma.

*Pero también por nuestra parte, para verificar también eso y generar también esa confianza, en cada una de las reuniones que se están haciendo en sitios diferentes, deberíamos como grupo llevar nuestro protocolo y en ese momento entrevistar al susodicho o susodicha de ese lugar que es productor de tal o cual*

*cosa (...) yo por ejemplo esa confianza la veo también en haber estado yendo a las reuniones y el haber estado tratando personalmente con esos productores. Los conoces a nivel personal, vas viéndolos mes tras mes, vas hablando con ellos, vas viendo en qué cosas estás en común, cuáles no, y vas viendo si eso compensa o no compensa conforme a nuestros principios o conforme a nuestra ideología o por donde queremos caminar. (E2)*

Otro mecanismo puesto en juego para garantizar la confianza es el aval que supone que un determinado productor o productora tenga una relación directa con alguien de la Red. En este punto algunos entrevistados difieren, dando lugar a dos tipos de respuestas. Mientras que para algunos este aval supondría en sí mismo un mecanismo de confianza directa en el productor y en el producto, para otros sólo sería complemento de la verdadera relación directa con el mismo, sin cuya participación no estaría garantizada dicha confianza.

*Ahora, si tú que perteneces a la red, me conoces, nos conocemos, estamos de acuerdo en estos criterios y me dices, mira este fulanito está produciendo una no sé qué un no sé cuantos, que es estupenda, que está de acuerdo con nuestros principios... Pues ya está, invítale a que venga, que no puede venir, pues qué le vamos a hacer, pero tú me estás dando información de él que para mí es suficiente. Y es que ya está, para mí, ya está. (E3)*

*Pero vamos, que partiendo del principio que es más mi opinión personal, pues yo lo vería un poco eso, primero que sean, como Córdoba es del boca a boca, al final termina siendo un contacto de un contacto, de un contacto, aunque sea... Pero como que ya hay una línea trazada que no por ello certifica que sea de confianza, pero bueno ya ha entrado por unos caminos más directos, ¿no?, más de contacto. (E2)*

### *El apoyo mutuo*

El apoyo mutuo es una forma diferente de entender las relaciones entre los propios productores, así como entre éstos y los consumidores. Surge en contraposición a la competitividad como valor propio del sistema económico hegemónico, en la búsqueda de alternativas que definan un nuevo tipo de relaciones sociales, basadas en la cooperación social y en la satisfacción conjunta de necesidades básicas.

Así lo viven las personas que forman parte de la RCP, donde el intercambio de conocimientos, la solidaridad grupal y el apoyo a modos de vida alternativo, son algunos de los principales objetivos a desarrollar.

*No sé, estás pues apoyando proyectos de gente pues que cree que hay otra forma de vida posible. Pues el que una persona se pueda coger y dedicar a producir alimentos de una forma saludable y que no tenga un horario fijo, que esté contento, son... no sé, es una forma de vida muy chula, ¿sabes? (...) porque veo que hay gente con conocimiento, gente que sabe, que está en la universidad, que hacen estudios, y les ves las ganas que tienen y entonces son los que te animan a seguir produciendo de esta manera. (E5)*

Se trata de un sentir general expresado sobre todo por los y las productoras, que ven en la Red un espacio propicio para generar otro tipo de relaciones más justas e igualitarias, donde los problemas son resueltos en la colectividad, lejos de la “soledad” que suele experimentarse en el lugar de trabajo.

*Y luego gente que está metida más o menos en temas de huerta, pues ofrece cuando tienen semillas de más pues se han ofrecido en la red, oye, tú como haces, que cuando tienes una duda, oye tú cómo haces esto o lo otro. Que veo buenas relaciones y que es súper positivo. (E7)*

*El problema es cuando a lo mejor estás desanimado porque no es lo que esperabas y encima no tienes unos ingresos económicos... pues para eso está la Red, para coger y decir vamos a ver qué formas de vender pues no sé, aguacates a más gente. O el pan, no tiene por qué ser sólo a la Red, tú puedes hacer pan si quieres cinco, seis o siete días a la semana... (E5)*

En definitiva, este apoyo mutuo, basado por supuesto en el tipo de relación directa que se establece dentro de la Red, se ve reflejado tanto en el intercambio de conocimientos o en la búsqueda de soluciones conjuntas a problemáticas que van surgiendo, como en la afectividad y en las relaciones de amistad que se van forjando en los distintos encuentros y que dan como resultado nuevos proyectos, nuevos contactos y la búsqueda de nuevos espacios donde interaccionar. La importancia que se da al apoyo va a depender en muchos casos de las motivaciones y de las expectativas que se tienen en torno a la Red. Así, como veremos más adelante, la búsqueda de satisfactores de distintos tipos de necesidades, no solo las propias del consumo, va a poner un especial hincapié en el apoyo mutuo y en las relaciones directas.

## **5.2. Tipología de actores que participan en la Red.**

A partir de las reflexiones de los distintos actores que han participado en este trabajo, se puede realizar un análisis de quiénes son las personas que se mueven dentro de la Red. No se trata de elaborar un perfil sociodemográfico en el que se

describan características como edad, género, nivel de estudios, etc, y que estaría más centrado en una perspectiva distributiva o cuantitativa. Lo que se pretende es realizar una tipología más cualitativa, que tenga en cuenta factores subjetivos como motivaciones para participar, prioridades que se tienen y satisfactores de necesidades. Todo ello nos da una visión general sobre quiénes son y el por qué de la construcción de este tipo de redes, a la vez que nos ayuda a entender los factores que motivan el desarrollo y la participación en este tipo de experiencias.

### *Las motivaciones*

Al analizar las razones por las que en un determinado momento se decide construir y participar en la RCP, encontramos que éstas pueden ser clasificadas en función de si parten de la individualidad o de la colectividad.

En cuanto a las motivaciones más individuales se observa que el valor que predomina es la salud. Aquí aparece una falta de confianza hacia los alimentos producidos de forma intensiva y la búsqueda de otros canales alternativos que aseguren la calidad de los alimentos. Las estrategias puestas en marcha para responder a esa desafección alimentaria podrían ser más individualistas, tal y como ir a las grandes superficies en la búsqueda de alimentos ecológicos. Sin embargo, estas iniciales motivaciones personales pueden dar lugar a otro tipo de respuestas más colectivas. Asimismo, las personas no se mueven por motivaciones únicas, sino que éstas suelen venir acompañadas de otras. Así, en este caso encontramos que las motivaciones relacionadas con la salud se mezclan con la conciencia ecológica o con valores éticos y políticos como la construcción de relaciones más justas.

#### ***¿Y con qué motivación va la gente?***

*A. Pues tomar alimentos sanos, es una de las... ¿no? Las mujeres por ejemplo...*

*M. Sí, casi la principal, y luego también hay personas sueltas que bueno, pues también ven un interés político ahí bastante fuerte y pues ecológico también, un poco cambio de conciencia... (E6)*

*Y lo ecológico pues creo que, creo que es lo que abandera mucho los últimos cambios de la sociedad, a través de los movimientos ecologistas, de defensa del medio ambiente y de producción y consumo básicamente también, claro. (E3)*

Más allá de estas cuestiones, se observa que la construcción de la RCP es fruto de una estrategia colectiva motivada fundamentalmente por factores éticos y políticos.

Se trata de una alternativa planteada a raíz de la crítica al modelo económico hegemónico. En los discursos aparecen cuestiones como la búsqueda de relaciones más justas y equitativas, los cambios desde lo local, el comercio justo y responsable, así como el apoyo mutuo.

En cuanto a la búsqueda de relaciones económicas más justas y equitativas, aparece una crítica hacia el sistema económico imperante, que se define por predominar la competencia y las relaciones jerárquicas de poder. Entonces, lo que se busca es un sistema en el que primen las relaciones cercanas, el reparto de beneficios, la satisfacción de necesidades, etc.

*pues mis motivaciones han sido pues eso, de trabajar otras vías de relacionarse entre la gente, de relacionarnos con los productos, de... eso de hacer las cosas de manera diferente, de manera que nos beneficien más a todos. Que nos beneficien a los productores y que también beneficien o se centren un poco más en los consumidores. Y que los consumidores tengan más decisión. (E1)*

*pues mis motivaciones son ahí casi más políticas que otra cosa. Yo vengo de estudiar empresariales, conozco los circuitos comerciales, conozco el sistema financiero internacional, conozco un poco la estructura política comercial que tenemos alrededor nuestra y yo creo que con la Red, vamos, yo me emociono porque englobar a tanta gente, y que realmente haya tal actitud de cambio. (E6)*

Muy relacionado con ello se encuentra el comercio justo y responsable. Para la mayoría de las personas participantes en la Red, lo ecológico debe ir acompañado de otras cuestiones sociales, superando así el concepto que relaciona lo ecológico con la salud y el cuidado del medio ambiente. Además, la racionalidad ecológica se relaciona con lo social, implicando relaciones justas de intercambio y relaciones de poder igualitarias.

*Me motiva simplemente el hecho de que estoy haciendo que algo que va con mi forma de pensar, como productora y como consumidora. Las dos cosas. Por economía, pues yo no analizo si me gasto menos comprando en la red, es que me da igual, de hecho yo voy a Almacén, que quiero un producto de calidad, por mí y por los niños. Entonces yo la verdad es que, o sea, como producto prefiero un alimento ecológico, que es más caro, pues entiendo que sea más caro porque la forma de producir es más cara, y estoy dispuesta a pagar un incremento. (E7)*



La transformación y el cambio social desde lo local es otra de las motivaciones alegadas para participar en la Red. Ello supone buscar alternativas que muevan a personas con una determinada conciencia de cambio.

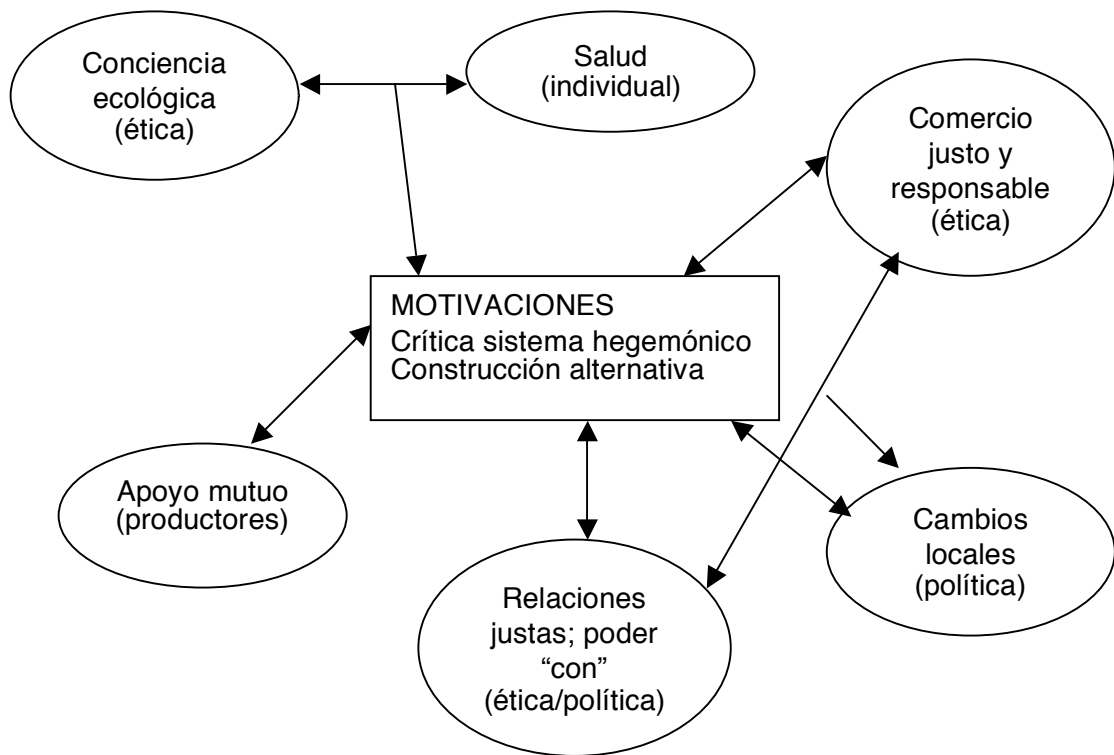
*Y a mí me mueve, me mueve pues que creo que esta ciudad puede ser diferente, que somos mucha gente viviendo con cierta conciencia de consumir menos y de vivir de otra manera y que es muy, Córdoba tiene mogollón de posibilidades, está rodeada de huertas y de posibles huertas, potenciales, porque no se utilizan ni la mitad y gente que tiene ganas de hacer cosas. (E8)*

Por último, de los discursos extraídos de las entrevistas, se observa que para algunos productores es fundamental el apoyo que se consigue a través de la Red, lo que consideran es uno de los principales factores que mueven a su construcción.

*Pues porque, pues... mira, el que haya más productores significa que hay mucha más fuerza, más movimiento, más personas que están dedicadas a producir en ecológico, recibes una ayuda y una estimulación que cuando te dedicas solamente, estás solo en la agricultura no te lo imaginas, entonces pues, y que la relación que existe luego entre todos nosotros pues es una relación muy sana y muy participativa y donde consigues un montón de cosas. (E5)*

En definitiva, las motivaciones de las personas que participan en la RCP son diversas, aunque con importantes hilos comunes: por un lado, la crítica al sistema económico hegemónico y, por otro, la búsqueda de un cambio, el deseo de construir una alternativa. No obstante, la convivencia de motivaciones más individuales, sobre todo centradas en la propia salud, con otras más políticas, puede llevar a diferentes lógicas y criterios de organización. El reto se encuentra en buscar alternativas que sean inclusivas, sin perder de vista el objetivo político y ético con el que se construyen inicialmente.

Asimismo, no debemos olvidar que no existen motivaciones aisladas, sino que éstas se encuentran entrecruzadas. Por ejemplo, de motivaciones individuales pueden otras colectivas, si las primeras se encuentran acompañadas de otras inquietudes.



### *Las prioridades*

Fruto de las distintas motivaciones a la hora de participar en la Red, las personas participantes también cuentan con una serie de prioridades, tanto para el consumo, como para definir la entrada de nuevos productores y productoras. Estas prioridades se reflejarán más tarde en los criterios establecidos para permitir que un producto entre en la RCP.

Desde el punto de vista del consumidor, se encuentran quienes establecen como prioridad que los productos sean ecológicos, certificados o no, y que den respuesta a necesidades básicas de consumo. En este caso, otras cuestiones relacionadas con aspectos más sociales o colectivos quedan en segundo plano.

*El problema es el principio básico, ¿no? ¿qué entiendo yo por un producto ecológico, por ejemplo? O ¿qué entiendo yo por un producto básico, por ejemplo? Por ejemplo, los lácteos para mí son básicos, ¿no? Los jabones, las infusiones, pues no son básicas... O sea, por mucho que lo hagas tú, que me gusta estar contigo, pues me da igual, quiero decir, que... ahora si no hay lácteos, no va a haber frutas, no va a haber casi verduras, pues es que yo no*

*como carne, pues no sé... no veo el interés, ¿no? Para eso prefiero un club social y nos reunimos para charlar, para encuentros, para talleres, para... pues bien, pero se trata de productos de un grupo, de una red de consumidores, ¿no? Entonces pues ahí estamos. (E3)*

Es por ello quizás, que se establece como una prioridad que el listado de productos sea ampliado, para que cumpla con las necesidades de demanda de los grupos de consumo. En este sentido, se relaciona con las motivaciones centradas principalmente en la salud y en la conciencia ecológica, sin que haya mención a los aspectos más políticos o sociales.

Para otras personas la prioridad estaría en la cercanía y proximidad de los productos, quedando incluso la característica “ecológico” en un segundo plano.

*A mí vamos, es casi más todo el trasfondo que tiene que el consumir, porque también nosotros compramos pan de la panadería también... Vamos, que nosotros no comemos todo ecológico ni de coña...(E6)*

Así, un producto ecológico, si proviene de otro país o de una zona geográfica lejana, no se considera que pueda estar incluido dentro de la Red. El debate surge entonces con productos que, aunque ecológicos y certificados como de “comercio justo”, que podrían ser adquiridos de forma más barata a través de la Red, sean introducidos en la misma. Es el caso de productos como el café, el té, etc.

Otras de las cuestiones que se establecen como prioritarias es el apoyo a proyectos que buscan formas alternativas de vida. Se considera que la RCP puede servir para sustentar “proyectos amigos”, de gente que ha decidido apostar por el campo en un momento en el que la crisis económica está haciendo que muchos agricultores abandonen su trabajo.

*Gente que ha decidido dejar la ciudad, ha decidido apostar por un modo de vida diferente y que esto le puede salir. Y esto para mí es la prioridad. (E8)*

Asimismo, se revaloriza el conocimiento campesino, siendo también una prioridad para algunos entrevistados, que va más allá de lo ecológico.

*Por ejemplo, estas patatas son de Manolo Páez, de aquí de mi pueblo, un tío que tiene 70 años y él las cultiva y hace poco le llevé de las nuestras y ahora nos da estas y, pues no son ecológicas porque no están certificadas, pero dice,*

*“hombre las mías son más grandes que las tuyas porque me he meao en ellas”*  
(E6)

Por último, las relaciones directas también aparecen como prioridad dentro de la RCP. Ésta viene acompañada de ese apoyo a proyectos sustentables, a la vez que la búsqueda de alternativas que sean viables tanto para productores como para consumidores.

*Entonces, en definitiva qué es lo que queremos, pues que haya una relación directa, que el producto sea de calidad, alimentarte, aprobar proyectos que sean alternativos y que realmente merezcan la pena porque estás haciendo un desarrollo rural o estás colaborando a que una unidad familiar o a que una familia tenga un sueldo del campo... que eso los pequeños, que es lo que nosotros estamos tratando, que somos pequeños agricultores y consumidores llanos, que ninguno somos ricos ni tal, pues es lo más viable que se puede hacer.* (E5)

<b>MOTIVACIONES</b>	<b>PRIORIDADES</b>
Salud/ conciencia ecológica	Productos ecológicos
	Ampliación listado de productos
Cambios locales	Cercanía, proximidad,
	Revalorización del conocimiento campesino
Apoyo mutuo	Relaciones directas
Relaciones más justas / comercio responsable	Apoyo a proyectos sustentables y alternativos

### *Establecer criterios*

Muy unido a las prioridades que se establecen en la RCP se encuentran los criterios considerados fundamentales para pertenecer a la organización. El debate inicial, basado en si es o no importante contar con una serie de criterios para la entrada de nuevos productos, ha dado como resultado que la mayoría de participantes considere que es necesario contar con unos mínimos. Para ello es importante que se establezcan unos objetivos comunes y que las personas que decidan entrar los compartan.

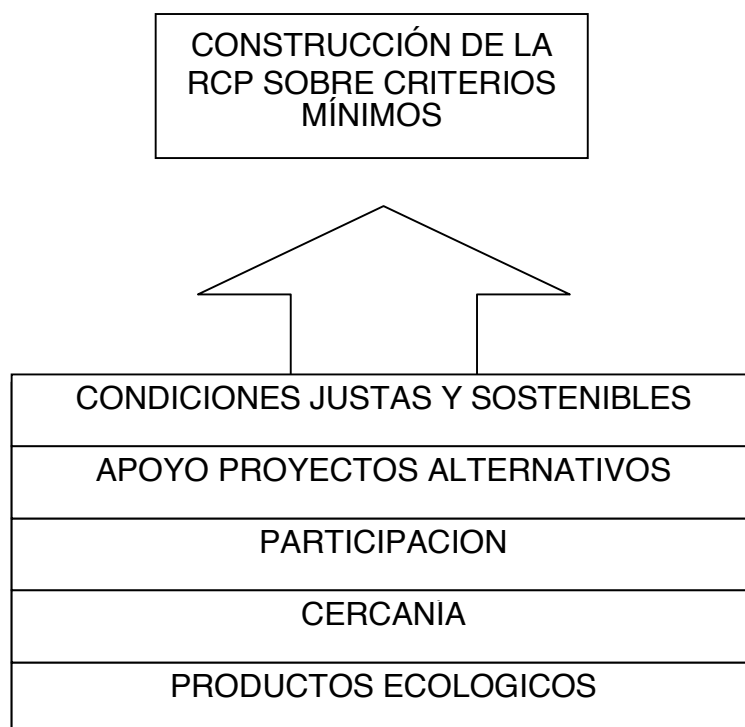
En este sentido, varios son los criterios que aparecen en los discursos obtenidos. En primer lugar, el que sean productos ecológicos, certificados o no, y que éstos estén avalados por alguna persona de confianza, es un mínimo a cumplir.

*para empezar a caminar muy sencillos, que es lo que yo dije la otra vez. Y es eso, que tengamos la información directa de alguno de los miembros de la red de que ese producto se está produciendo con los criterios ecológicos, tenga sello o no. (E3)*

Sin embargo, para la mayoría de participantes no este el único criterio que debería guiar la entrada de nuevos productos a la Red. Cuestiones como la cercanía, la participación, el apoyo a iniciativas transformadoras o que sean producidos en condiciones justas y sostenibles, constituyen elementos fundamentales sin las cuales no sería posible entrar en la Red.

*eran como diferentes ángulos o perspectivas. Una era el tema de que fueran sostenibles, rentables, que fueran ecológicos, otros también a nivel laboral, personal, un poco así, y luego pues que fueran cosas que nos fueran funcionales para nosotros. (E2)*

Más adelante, cuando se hable del proceso de construcción del sistema de confianza, se atenderá más específicamente a estos criterios.



### *Las aportaciones de la Red. Satisfactores de necesidades*

La RCP supone una búsqueda de satisfactores de necesidades, la construcción de una alternativa que reduzca las dependencias y subordinaciones al sistema. Se trataría de construir dinámicas de relaciones sociales y prácticas dirigidas a la satisfacción conjunta de necesidades.

Para las personas participantes en la RCP estas necesidades pueden ser clasificadas en cuatro bloques: personales, sociales, políticas y económicas.

En cuanto a las necesidades personales, se puede hablar de aportaciones a nivel de consumo, por un lado, y a nivel emocional, por otro. Algunas personas consideran que la RCP tiene como fin último el consumo y que, por tanto, son las necesidades de consumo las que deberían ser cubiertas, independientemente de que además la Red también satisfaga otro tipo de carencias.

*Luego por ejemplo también enfocado también a lo que es el consumo también hay que ser realista, ¿no?, en ese aspecto. O sea, este grupo se creó también por necesidades de consumo (...)eso es lo que hay que decidir, o sea, somos a ver productores y consumidores, y eso es lo que, eso es prioritario, pues lo sabemos, lo sabemos que los demás sobran, pero eso no está ocurriendo. (E3)*

Dentro de las necesidades personales también existen aportaciones a nivel emocional, en el sentido de que la Red supone un espacio importante para dar salida a inquietudes internas. Se relaciona sobre todo con el aprendizaje de nuevas formas de organizarse, de relacionarse, etc.

*Hombre, yo veo que a nivel personal en lo que se refiere al otro tipo de necesidades, de la organización, de diálogo, no sé, de coordinación, es muy nutritivo porque trabajas con mucha gente diferente, cada una tiene una forma de ser, una forma de pensar, unos objetivos, unos proyectos, unas posibilidades, unas necesidades también, entonces en ese aspecto, lo que te decía, de capital humano, me parece muy interesante. Por lo menos a mí a nivel personal y a nivel de experiencia, ¿no?. (E2)*

La satisfacción de otras necesidades de tipo social se ven reflejadas en las aportaciones de este tipo de organización en el nivel de las relaciones. Se considera que la Red propicia un tipo de relación afectiva que no se da en otros espacios y

esto es considerado muy importante, más incluso que el propio intercambio económico que se produce.

*que la relación que existe luego entre todos nosotros pues es una relación muy sana y muy participativa y donde consigues un montón de cosas (...) Porque si le buscas una rentabilidad económica, o... te hablo desde el punto de vista de pequeño productor. Una rentabilidad económica o tal, mejor es que te dediques a otra cosa. Y esto es lo bueno que tiene, el compartir, el hacer el reparto, el juntarte, el que uno produce una cosa, otro produce otra, si tienes que echar una mano pues se echa una mano, si alguno pone una pega pues se solucionan esas pegas... (E5)*

Además de la aportación a este nivel afectivo, en el plano social, el intercambio de conocimientos es considerado uno de los principales atractivos de la Red, puesto que supone el encuentro de una gran diversidad de personas dispuestas a compartir.

En cuanto a la dimensión política, la Red es considerada un espacio de transformación y cambio social. El consumo entonces sería más bien una excusa, una herramienta, para trabajar otras cuestiones que van más allá. Se estaría hablando de una estrategia de cambio, de un acto de politización del consumo.

*Entonces a nivel personal me aporta satisfacción humana, como ser humano, de poder relacionarme, me aporta información, que creo que es necesaria para tomar decisiones, me aporta ese poder que me da esa información y ese poder que me da estar en una asamblea donde puedo decidir y donde tengo voz, y donde puedo preguntar.. Entonces creo que me aporta todas esas cosas, a nivel personal. A nivel colectivo, pues me aporta una herramienta, me aporta ser parte de una herramienta que creo que puede transformar la sociedad en una dirección que desearía que se produjera. Entonces me aporta satisfacciones en muchos sentidos. (E4)*

Por último, se encuentran las necesidades económicas. En este sentido, la RCP supone una oportunidad económica para los y las participantes. Por el lado de la producción, porque supone una salida justa para los productos, en el sentido de que se establecen precios que buscan la estabilidad económica y no hacer negocio. Por el lado del consumo, porque precisamente al eliminar a los intermediarios, el precio que se paga a la vez que es justo es accesible. Ello hace que los y las productoras puedan plantearse poner en marcha proyectos productivos viables.

*Y al mismo tiempo como ya habíamos trabajado en ciertas cosas, como es el tema de los jabones, o las aromáticas o el tema del pan, pues también había una demanda del grupo de la Red de consumidores y ha sido también motor, de que esos proyectos hayan cuajado dentro de la casa, hayan cuajado y tiren para adelante. (E1)*

<b>NECESIDADES</b>	
Personales	Consumo
	Afectividad
Sociales	Relaciones e intercambios
Políticas	Cambio y transformación del orden existente
Económicas	Alternativas / oportunidades
	Espacios de intercambio

### **5.3. Análisis de las debilidades y fortalezas encontradas.**

Fruto de la desafección política y alimentaria, surgen resistencias individuales y colectivas, que pretenden dar respuesta a una serie de necesidades personales, económicas, sociales, políticas, etc., que no encuentran satisfacción a través de los mecanismos convencionales. La RCP es vista como una forma de resistencia, en la que conviven distintas motivaciones personales y colectivas y distintas formas de “ver el mundo”. Las diversas motivaciones requieren diferentes estrategias de actuación y organización, por lo que cabría preguntarse cómo conviven estas diferentes motivaciones. Al mismo tiempo, también suelen aparecer divergencias entre las necesidades de productores y consumidores, que se van a ver reflejadas, por ejemplo, en la forma de establecer acuerdos sobre precios o compromisos.

En este apartado se analizan las debilidades y fortalezas encontradas en la Red, a partir de los discursos obtenidos en las entrevistas.

#### *Debilidades, miedos y amenazas*

La construcción de la Red crea una serie de incertidumbres que, en algunos casos, son expresadas como miedos, fundamentalmente sujetos a las dos cuestiones anteriores: la divergencia de motivaciones y las diferencias entre productores/as y consumidores/as.



En cuanto a las motivaciones, surgen de los discursos algunos aspectos que son vistos como miedos o amenazas para el buen funcionamiento de la Red. En primer lugar, se hace referencia a la propia heterogeneidad del grupo. La diversidad de experiencias y de formas de entender el mundo, es vista como una amenaza. No obstante, se es consciente de que con el tiempo las diferencias pueden ser trabajadas, llegando a establecerse acuerdos entre las distintas posturas.

Creo también pues que hay posturas... no sé, que se pueden encontrar, creo, pero que ahora mismo están un poco, un poco lejos, parece. (E4)

También relacionado con las distintas motivaciones para la participación en la Red se encuentran dos posturas enfrentadas. Por un lado, el miedo a convertirse en un club exclusivo, por las restricciones que pueda suponer a la entrada de nuevos productores y productoras, el establecimiento de unos criterios muy firmes. Esta postura aboga por ampliar la lista de productos, con unos criterios mínimos de producción ecológica.

*Entonces ahí es donde tenemos creo esas diferencias, aquí la gente prioriza que el producto... bueno, bien está que después digamos vale, productos ecológicos y pongamos una escala de prioridades que tengan que cumplir ese producto, pero claro, si priorizas que la relación con el productor sea intensa, sea personal, sea casi , casi mística (risas), ya por exagerar, pues es fácil que nos quedemos en un grupito, en un club, que tenemos nuestras huertecitas e intercambiamos cosas... (E3)*

Por otro lado, siendo una postura más mayoritaria, el miedo a convertirse en una distribuidora, por la falta de participación e implicación de algunas personas, que casi esperan a que les lleven la cesta de la compra a casa. Esta postura estaría en contra de un tipo de motivación muy centrado en el consumo, que espera que a través de la Red pueda conseguir productos ecológicos a buen precio, y no se plantea cuestiones más políticas o éticas. Para algunas personas esta postura podría suponer un problema para el funcionamiento de la Red.

*No queremos ser distribuidores de productos, ni un gran almacén que distribuya un montón de productos y encima gratuitamente, como si fuese una ONG de la alimentación, sino que... pues no sé que ese debate afiance qué relaciones queremos cuando hablamos de productores y consumidores, que surjan ciertas cosas, que surjan las opciones trueque, las opciones aval, pero no de aval como pasó en la última reunión, que el avalar un proyecto era que alguien hablase bien de él, no, no, de avalar ciertos proyectos que sean necesarios. (E1)*

Otro de los miedos expresados tiene que ver con los distintos grados de implicación en la Red. La saturación de algunas personas por la carga de trabajo que les supone, es vista como una amenaza para el buen funcionamiento. Es por ello que se aboga por el reparto de tareas y por la participación equitativa de todas las personas. Esto es visto además como algo que se repite en las distintas organizaciones y colectivos, por lo que la experiencia hace que se ponga un especial cuidado en este aspecto.

*nos hemos encontrado con que cuando esto se ha organizado de otra manera en la Red y ya requería un trabajo porque ya eran muchos productos para muy pocas personas organizando en la Acequia, y la Acequia éramos cien personas, consumiendo igual cuarenta o cincuenta, pero bueno, ya era suficiente (...) Evidentemente, en el momento en que no haya una militancia abnegada pues no va, porque la mayoría de la gente no quiere. (E8)*

En cuanto a las diferentes necesidades que se plantean productores/as y consumidores/as, se hace referencia sobre todo a las desventajas y riesgos de los primeros respecto de los segundos. Por un lado, la Red se encuentra al margen de las normativas legales, por lo que se es consciente de que el productor asume un riesgo en este sentido

*porque era un gran problema desde el principio, el dónde repartimos porque en la Acequia ya nos habíamos encontrado con el problema de repartir en la calle, que es venta ilegal y todo el rollo. Entonces eso nos preocupaba un montón. Más que por nosotras por las productoras que en un momento dado pueden venir pues yo qué sé, que le puede buscar un marrón a alguien. (E8)*

Por otro lado, se acepta que los y las productoras asumen un riesgo dentro de la Red, si no existe un compromiso por la parte del consumo. Se advierte de que existen temporadas, como la estival, en las que el consumo desciende radicalmente y que los productores y productoras tienen que dar salida a los productos. Se pide que quienes consuman asuman parte de ese riesgo y que se comprometan a consumir un mínimo, independientemente de si van a estar o no. Es un modelo que comienza a barajarse en las reuniones y que aún está pendiente de trabajar.

*es muy cierto que el riesgo que asume un productor no es el mismo que el que asume un consumidor. Para mí es muy cómodo si esto mañana se parara, o si mañana no hay cierto producto yo podría comprarlo en la tienda, pero un productor con el que te estás vinculando y con el que te estás comprometiendo*

*realmente su vida puede depender de este proyecto, ¿no?. Si invierte energía y rompe digamos con una forma para meterse en otra, realmente está asumiendo un riesgo importante, que eso es algo a valorar y que no ha salido en las asambleas, ¿no? (E4)*

Las y los productores también advierten de un peligro que no es expuesto por ningún consumidor. Se trata de que la Red atraiga a productores oportunistas, que ven en ella una buena forma de obtener beneficios sin realizar mucho esfuerzo, sobre todo en tiempos de crisis. Es por ello que se piensa que lo ideal sería que los productores que quieren vender sus productos en la Red sean parte de la misma, que participen y se impliquen en su construcción. El contacto directo, el apoyo mutuo, el compromiso, etc., son valores que se consideran fundamentales.

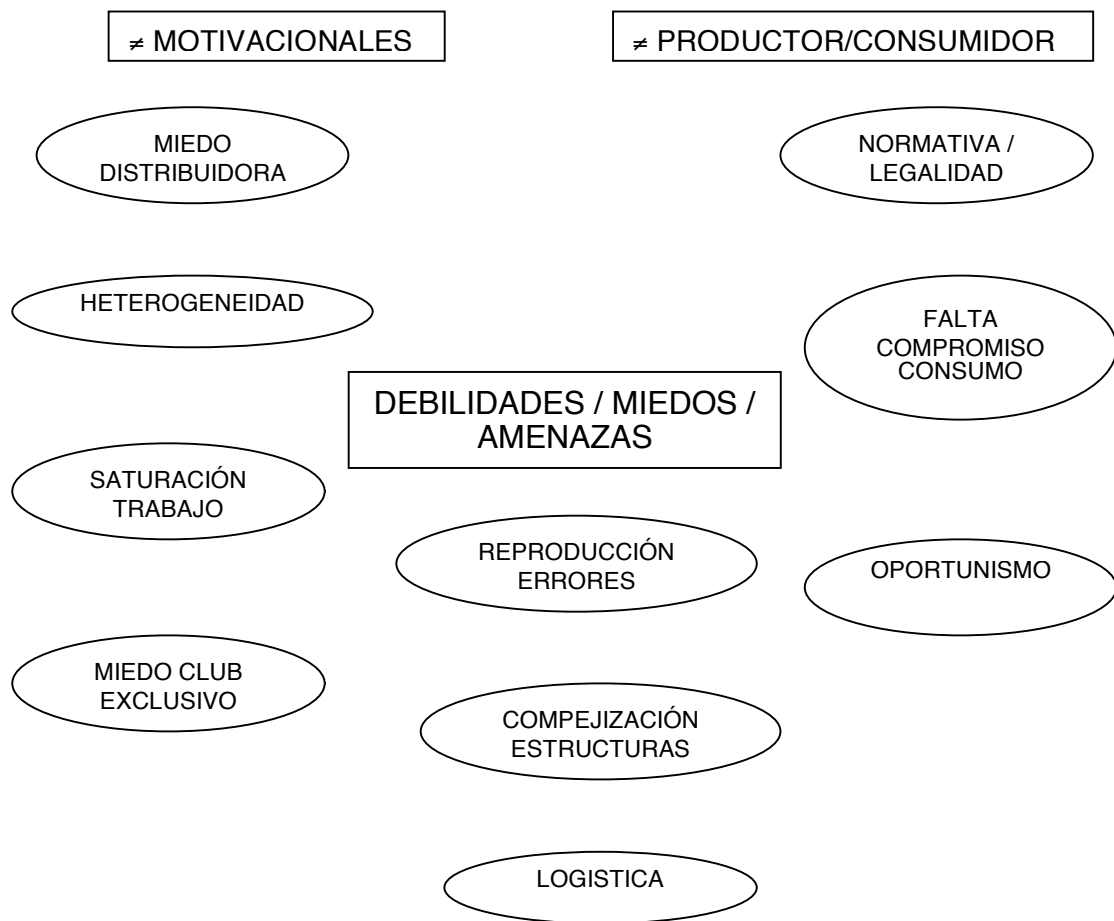
*Yo tengo un miedo que es lo que te he dicho, o sea lo del tema de oportunidad. Y el tema de eso, productores que se acerquen y que realmente no tengan ni conciencia de lo que hablamos en la Red, de qué es lo ecológico (...)Entonces claro, me da un poco de miedo de eso, de gente que se presente por oportunidad y por dar salida a un producto y sin conciencia de todo lo que implica esto. (E7)*

Por último, dos cuestiones relacionadas con la estructura y la organización son sugeridas como posibles amenazas o debilidades. Por un lado, la complejización de las estructuras, fruto del incremento de personas, de productos, etc., es visto como algo no deseado, quizás por experiencias anteriores en otros colectivos.

*No sé, que todo esto nos complicamos un montón la vida y lo que tendríamos que ir es a la simplicidad para todo, todo más simple para que todo sea muy fácil, para que todo vaya muy bien. Porque es que como nos compliquemos al final nos quemamos. (E8)*

Por otro lado, el problema de la logística, que parece aún no resuelto y que supone un gasto energético y de dinero importante. Es un asunto que de momento no ha salido en las reuniones, pero que ya empieza a despuntar como tema a trabajar en próximas asambleas.

*En el tema de logística, de transporte, deberíamos unificar, buscar unificar, porque no tiene mucho sentido que vengan de la Granjuela a traer cuatro botes de setas, no tiene sentido ninguno. Y no sé cómo, pero creo que podríamos hacerlo, o sea, tendríamos que escurriarnos el cerebro un poco, pero creo que deberíamos unificar. (E8)*



### Fortalezas

Los y las entrevistadas en sus discursos hacen referencia a algunas cuestiones que pueden ser vistas como fortalezas de la RCP. Así, la heterogeneidad que podía ser valorada como una debilidad, cuando se cuenta con unos objetivos comunes, se transforma en algo positivo, que fortalece a la Red.

*que de corazón todos tenemos una motivación similar, y eso creo que es la base y lo que al final puede... es nuestro nexo de unión y lo que puede llevar a que tengamos un consenso y una manera de verlo idéntica, porque de corazón todos queremos que este proceso siga así, ¿no?, siga este camino y todos queremos que este proceso tenga una base ideológica fuerte, todos queremos que este proceso no esté vacío de contenidos, todos queremos que esta Red siga creciendo, entonces, creo que como todos queremos eso, pues ese deseo, o esa ilusión se va a sobreponer a los otros miedos que estén por ahí pululando. (E4)*

Asimismo, el hecho de trabajar en colectividad, mitiga los miedos, y hace que entre todas las personas se busquen soluciones para afrontar los problemas.

Durante el período de puesta en marcha de la Red y, sobre todo, en el proceso de reflexión, se advierte lo positivo de esa capacidad para parar y reflexionar. No es posible caminar hacia adelante sin tener claro cuáles son los objetivos y sin que todas las personas participantes sepan qué está pasando dentro de la Red.

*nos tenemos que parar, porque es que si no nos paramos a escuchar las realidades, los problemas y las reflexiones de cada cual y por qué le ha llevado a tomar una decisión de esas características nunca podemos realmente tirar para adelante. Yo creo que es muy importante que lo maduremos todo, cualquier cosa, cualquier producto, cualquier cosa que lo maduremos bien, que se le den todas las vueltas que haya que darle. (E8)*

Se considera además, que los y las productoras aprecian fácilmente las ventajas de participar en la Red, quizás de una forma más evidente que las y los consumidores.

*creo que el que es productor y consumidor puede entenderlo más que el que es productor o consumidor solo. Yo creo que el productor lo tiene ahí más fácil, porque claro, aprecia que estás produciendo algo de calidad, se te está pagando un precio justo y que la gente lo está apreciando. (E7)*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>MIEDOS/AMENAZAS/DEBILIDADES</b>
Capacidad para parar y reflexionar	Reproducir errores de experiencias pasadas
Avances en la organización	Saturación de trabajo de algunas personas
	Complejización de las estructuras
	Problemas de logística
Grandes ventajas para productores/as	Oportunismo
	Compromiso de los y las consumidoras
	Normativa/legalidad
Colectividad para superación de miedos	Miedo a convertirse en distribuidora
	Miedo a convertirse en club exclusivo
Objetivos mínimos comunes	Heterogeneidad

## 5.4. creación de un sistema de confianza: BASES PARA EL FUTURO

Uno de los principales objetivos de esta investigación ha sido acompañar a la Red en su proceso de creación de un sistema de confianza. Partimos de una problemática detectada por el grupo que se hace explícita y una búsqueda de soluciones comunes a esa demanda. Para ello, como ya se ha descrito anteriormente, se inician una serie de reuniones reflexivas en las que se pretende llegar a acuerdos sobre cuál será el proceso a seguir para la entrada de nuevos productores y productoras a la Red.

Durante el proceso de acompañamiento a la Red, se obtienen varios resultados: el establecimiento de unos objetivos comunes, la puesta en común de criterios de confianza y el protocolo de entrada de nuevos productos.

En cuanto a los *objetivos de la Red* se establecen dos fundamentales, unidos a cuestiones que se consideran prioritarias:

### 1. *Establecer relaciones más cercanas entre consumidores/as y productores/as.*

Dentro de este objetivo, los distintos grupos aportan ideas más concretas:

- Importancia de la **participación** de todos los grupos (consumidores y productores) en las reuniones.
- Necesidad de establecer vínculos entre consumidores y productores, estableciendo **espacios comunes** (ya sea en las reuniones, ya sea visitando a los productores...).
- Hay que dar prioridad a los **productos cercanos** pero, ¿qué pasa con los otros productos que consumimos y que no podemos obtener de esta manera?
- Es importante el **conocimiento mutuo** (búsqueda de mecanismos que lo permitan).
- Hay que tener en cuenta que se trata de un **proceso** a largo plazo, donde los criterios de confianza son fundamentales.

### 2. *Llevar a cabo una transformación y cambio en las relaciones comerciales convencionales.*

En este objetivo, también aparecen elementos concretos en los grupos:

- Importancia del apoyo a proyectos que buscan **estilos de vida diferentes** al criterio que impera en el comercio convencional y que se basan fundamentalmente en la rentabilidad económica.

- Apostar por un **consumo responsable** en su sentido amplio, ya no sólo desde la salud y el respeto al medio ambiente, sino también en criterios sociales y de justicia social.

En cuanto a los *criterios de entrada*, la Red decide superar la cuestión individual del consumo, que se centraría en criterios relacionados con la salud y el consumo ecológico fundamentalmente, e introducir otros relacionados con el medioambiente, con la justicia social, etc... Estos criterios garantizarían, tanto a productores como a consumidores, que los proyectos que se apoyan y donde se centra la energía buscan objetivos acordes a los de la Red: generar relaciones cercanas entre productores y consumidores y transformar las relaciones de intercambio basadas en la lógica del beneficio económico.

Estos criterios se refieren a:

- Salud: los productos que entren a la red deben estar libres de agroquímicos (insecticidas, pesticidas, etc.), uso de transgénicos, etc, que se considera pueden tener efectos negativos, a corto o largo plazo, sobre la salud de las personas.

- Medio ambiente: que las técnicas utilizadas para la producción son respetuosas con el medio ambiente.

- Sociales y económicos: apoyo y prioridad para las pequeñas productoras, economías familiares, transparencia en los precios, relaciones laborales, etc.

- Participación: apoyo y prioridad para los y las productoras que deciden participar activamente en la Red, contribuyendo a su construcción. No obstante, se establecen distintos niveles de participación, teniendo en cuenta factores como la distancia, la disponibilidad, etc.

- Proximidad: se prioriza y apoyan proyectos que se encuentren situados cerca de la provincia de Córdoba.

En cuanto al *protocolo de entrada*, la Red decide establecer diferentes opciones con diferentes formas de funcionamiento. En el siguiente cuadro se puede observar el protocolo consensuado:

<b>CASO 1: Cuando el producto que se presenta no está todavía en la Red</b>	<b>¿CÓMO PROCEDER?</b>
<p>1. Una persona de la Red conoce a un productor/a que considera podría cumplir con los criterios</p>	<p>1º. El/la productor/a (o, en su caso, el aval) se acerca a la reunión y cuenta su proyecto.            2º. Se exponen los criterios y el funcionamiento de la Red.            3º. Si el producto se considera interesante para la Red y el/la productor/a está interesada en entrar, rellena la ficha.            4º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.</p>
<p>2. En la Red se hace explícita una necesidad de un producto determinado (y nadie de la Red asume su producción)</p>	<p>1º. Personas de la Red se deciden a buscar algún/a productor/a que esté produciendo este producto y que cumpla con los criterios.            2º. Se encuentra al productor/a y se presenta el proyecto a la Red.            3º. Se exponen los criterios y el funcionamiento de la Red.            4º. Si el productor/a está interesada en entrar rellena la ficha.            5º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.</p>
<p>3. Un/a productor/a se acerca a la Red para ofrecer un determinado producto</p>	<p>1º. Se exponen los criterios de entrada y el funcionamiento de la Red.            2º. Si el producto se considera interesante para la Red y el/la productor/a está interesada en entrar rellena la ficha.            3º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.</p>



<b>CASO 2. Cuando el producto ya está dentro de la Red</b>	Se valorará si existe una demanda mayor que no se puede atender con lo que tenemos. En este caso, el/la nuevo/a productor/a puede entrar de la misma forma que en el Caso 1.1, y establecer el precio del producto junto a las demás productoras del mismo producto (que ya habrá sido trabajado junto a los/las consumidoras).
--	---

Durante las reuniones se recogen diferentes propuestas y discursos, que son fundamentales para comprender la forma en que se llega a establecer los consensos en torno a objetivos, criterios y protocolos.

Los grupos de consumo y productores/as se muestran de acuerdo con los objetivos generales, por lo que éstos constituirían el corpus filosófico de la Red. Por un lado, hay acuerdo en lo necesario de trabajar para crear relaciones más cercanas entre consumidores y productores. Esto se puede enmarcar dentro de una filosofía que podríamos denominar de “apoyo mutuo” y de cooperación, donde las relaciones entre las personas se consideran más importantes que un simple intercambio de productos. Por otro lado, también se establece un consenso sobre el rechazo a un sistema de intercambios comerciales basado en la lógica del beneficio económico, por parte del productor, y en la lógica de la búsqueda del “precio más barato”, por parte del consumidor.

La falta de un mecanismo de toma de decisiones que devuelva la información a los grupos y que éstos puedan trabajar los temas para volver a exponerlos en la Red, hace que algunas personas cuestionen las decisiones que se van tomando. Esto ha tenido posteriormente sus consecuencias, ya que muchas personas que no asisten a las asambleas generales de la Red no han llegado a trabajar los puntos que aquí se han consensuado.

La elaboración de unos criterios mínimos y de unos protocolos no ha significado la puesta en marcha de los mismos de forma automática. Queda, por tanto, un trabajo de organización más allá de las reuniones mantenidas, que delimite la forma en la que se van a aplicar tales documentos.

Uno de los resultados obtenidos a través de las discusiones en los grupos ha sido identificar una serie de prioridades en la entrada de nuevos productos a la Red. Así, se da prioridad a:

1º. Productores que ya están dentro de la Red y que proponen nuevos productos a la Red.

2º. Personas dentro de la Red que deciden poner en marcha un proyecto y la Red les apoya.

3º. Proyectos en transición: productores que no están en la Red y que muestran un interés por participar

El establecimiento de un sistema de confianza se basa fundamentalmente en tres cuestiones:

- La participación en la Red, a través de las reuniones.
- La apertura del lugar donde se produce: bien a través de visitas programadas, bien rotando el lugar de las reuniones mensuales. La toma de contacto entre productores y consumidores afianza las relaciones de confianza y facilita el proceso. También crea un mayor compromiso de la Red hacia los productores, que en un momento determinado pueden tener algún problema que puede ser asumido por todo el grupo.
- El aval que supone que una persona que participa en la Red proponga la entrada de un productor, siempre que cumpla con los criterios establecidos.

Otra de las cuestiones que surge en los debates es el compromiso en cuanto a los precios. Hacer balance de costes entre consumidores y productores. Transparencia y precios justos, que permitan a los productores continuar con el proyecto y que los consumidores puedan asumir. Para ello, los productores también tendrían que establecer qué costes tienen, si es necesario un pedido mínimo para que les sea rentable, establecer precios conjuntos adecuados con productores que están ofreciendo los mismos productos, evaluar cuánto se está produciendo y consumiendo para ver si es necesario que entre otro productor.

## **CONCLUSIONES: LA RCP COMO PROCESO DE TRANSICIÓN SOCIAL AGROECOLÓGICA.**

Al inicio de esta investigación se propuso realizar un estudio de caso que sirviera, por un lado, para dinamizar un proceso de reflexión en el que se encontraba inserta la RCP y, por otro, para reflexionar sobre esta experiencia como estrategia de resistencia agroecológica al sistema agroalimentario. En este sentido, en los capítulos anteriores se han presentado los resultados tanto del análisis de las entrevistas como del proceso de acompañamiento a la RCP. Así, hemos podido caracterizar la Red, desde las opiniones de sus protagonistas, se ha elaborado una tipología de actores en base a deseos, aspiraciones, formas de ver el mundo, y hemos encontrado algunas fortalezas y amenazas percibidas. Además, se ha descrito el proceso de reflexión conjunta alrededor del deseo de crear un sistema de garantía basado en la confianza, que sienta las bases para el futuro.

En este último capítulo me gustaría concluir con una recapitulación de las cuestiones que han ido surgiendo y que representan esa reflexión en cuanto a la RCP como ejemplo de transición social agroecológica.

Como ya se había señalado en el capítulo dedicado al marco teórico en el que se inserta esta investigación, en palabras de Mamen Cuéllar (2009:46), el cambio social agroecológico debería desarrollar “relaciones sociales tendentes a obtener una transición de tipo agroecológico en los territorios, basadas en la equidad, la horizontalidad, la solidaridad y el apoyo mutuo, en lugar de la competitividad y las formas conflictuales que promueve el paradigma económico hegemónico desde su configuración en el liberalismo histórico”. Esto supone, que el cambio debe estar representado en todas sus dimensiones: eco-estructural, sociopolítica y microsocio cultural.

Las dos primeras dimensiones, la eco-estructural o relativa al manejo de los recursos naturales y tecnologías asociadas, y la sociopolítica o de instituciones públicas, apenas aparecen relatadas en esta investigación. En el primer caso, la transición en finca no ha sido introducida ni problematizada por las personas

entrevistadas, por lo que debería ser propuesto como estudio posterior que complemente los resultados que aquí se presentan. En el segundo caso, es de destacar que tampoco se hagan alusiones a cuestiones relacionadas con las políticas públicas, tan sólo cuando se verbaliza la falta de apoyo que se recibe de las instituciones o las dificultades encontradas por encontrarse al margen de las distintas normativas, ya sean de producción o de comercialización. Es quizás fruto de la desafección política y alimentaria, así como del cierre de oportunidades políticas que se percibe, que el ámbito institucional no es tenido en cuenta como opción de futuro. No obstante, sería necesario realizar un análisis más específico sobre esta temática, para identificar cuáles serían las propuestas que este tipo de redes u organizaciones demandan de las instituciones públicas.

La investigación aquí presentada se centra, por tanto, en el aspecto socio-cultural o de las dinámicas de cooperación. La cooperación es la base de todo proceso de transición agroecológica, cuestión que se encuentra muy presente en la RCP. La relación directa, el apoyo mutuo, la confianza, son valores sobre los que se sustentan este tipo de redes. La estrategia elegida como resistencia al sistema agroalimentario es colectiva y se basa principalmente en la cooperación y en la creación de circuitos cortos de comercialización.

A este respecto, cabe resaltar algunas conclusiones:

1. La percepción de un contexto facilitador de estas experiencias.

Nos encontramos ante un contexto social facilitador, en el que la coexistencia de diversos grupos preocupados con aspectos del sistema agroalimentario, sienta unas bases para que proliferen nuevas estrategias. Así, la mayoría de las personas que componen la Red provienen de otras experiencias, bien relacionadas con movimientos sociales de otro tipo, bien con colectivos que trabajan específicamente temas relacionados con la agroecología. La percepción que tienen los entrevistados es de un ambiente propicio para la generación de este tipo de experiencias. Existe un efecto replicador, que aunque todavía se considera escaso, se percibe con un gran potencial.

## 2. Una alternativa de futuro posible.

La RCP es vista como una oportunidad para productores y consumidores. Los primeros, ante el cierre de oportunidades percibido en el entramado económico actual, y los segundos, ante las escasas oportunidades de participación real que observan. Para unos, el apoyo mutuo es una forma de obtener mayores beneficios por sus productos, sin tener que pasar por los circuitos convencionales donde imperan los intermediarios. Para otros, supone una alternativa a las grandes distribuidoras, que se encuentran en el punto de mira y de las que se desea prescindir. Asimismo, los productores consideran que esta forma de intercambio podría ser sustituto de la certificación ecológica oficial, que se percibe más como un problema que como una solución. Para los consumidores el reglamento tampoco incluye cuestiones sociales que se consideran básicas, y se percibe como una mera sustitución de insumo. Se aboga por tanto por un modelo más agroecológico que ecológico.

## 3. Nace con voluntad transformadora.

La RCP cuenta desde su inicio con un deseo transformador desde lo local. Se considera que los cambios deben suceder desde abajo, de una forma horizontal, en la búsqueda de una alternativa para satisfacer las necesidades: de consumo, de participación, de relaciones sociales, etc.. El sentido político que se da a la construcción de la Red es fundamental para muchas de las personas que en ella participan. Sin esta voluntad transformadora, la Red perdería sentido. Los canales cortos suponen la construcción de una alternativa al sistema de distribución hegemónico, no sólo en lo que a la distancia física o el número de agentes intermediarios se refiere, sino fundamentalmente en lo relativo a la distribución de poder.

## 4. Potencialidades.

La RCP es vista como una alternativa que potencia la creación de nuevos canales de distribución y de intercambio. Esta realidad ofrece la oportunidad de crear empleo y de apoyar a nuevos proyectos, considerados dentro de la filosofía por la que apuesta la Red. La capacidad transformadora de la realidad es otra de las

potencialidades que se aprecian, sobre todo en lo relativo a la creación de nuevos espacios de relación y de poder. En este sentido, se hace especial mención a la capacidad para transformar el sistema de precios, basado mayoritariamente en una racionalidad económica que busca el máximo beneficio. Lo que se pretende es transformar esta lógica en una racionalidad que busque la estabilidad de los ingresos, que permita a su vez una estabilidad social.

## 5. Cuestionamientos.

Dentro del cuestionamiento que la RCP se plantea en torno al SAAG y al consumo, encontramos diferentes planteamientos. Por un lado, la crítica al sistema financiero y agroalimentario supone que la búsqueda de canales no convencionales de comercialización y el de establecimiento de precios sea uno de los objetivos fundamentales. Asimismo, el sistema de certificación oficial también es puesto en tela de juicio, primándose en este caso la búsqueda de otro tipo de garantía en el que prime la confianza. El consumo se convierte en este caso en una especie de excusa o pretexto, que engloba otras cuestiones y que rechaza la actual sociedad consumista. Se buscan así otro tipo de relaciones que tengan en cuenta la colectividad y que disminuyan las distancias entre productores y consumidores y, por ende, entre campo y ciudad.

Por último, destacar que todo este proceso de reflexión generado en la RCP durante este período, ha supuesto un antes y un después en la construcción del propio colectivo. A partir de la puesta en común de intereses, motivaciones, expectativas, miedos, etc., las personas que han participado y que participan en la construcción de la RCP han comenzado a madurar como colectivo. La reflexión se considera algo fundamental para avanzar hacia un modelo que se piensa agroecológico, en el que la mayoría de las personas participantes se ven identificadas. Fruto de este proceso ha sido la identificación de algunos temas que se consideran fundamentales para afianzar la RCP, tal y como el afianzamiento de un sistema de confianza más sólido, los compromisos de los grupos de consumo, las necesidades de producción y de consumo o la dinamización interna de los grupos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, Luis E. (1995), "Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa", en Delgado, Juan M. y Gutiérrez, Juan (comps.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Madrid, Síntesis, pp. 225-240
  
- Alonso, Luis E. (2005), "La era del consumo", Madrid, Siglo XXI.
  
- Beck, Ulrich; Giddens, Anthony y Lash, Scott (1994), "La sociedad Reflexiva", Madrid, Alianza.
  
- Bauman, Zygmunt (2006), "Miedo líquido", Barcelona, Paidós.
  
- Bromley, Daniel (1997), "Rethinking Markets", ponencia presentada en el Encuentro Anual de la Asociación Americana de Economía Agraria, Toronto (Canadá), 27-30 julio.
  
- Calle, Ángel (2005), "Nuevos movimientos globales", Madrid, Editorial Popular.
  
- Calle, Ángel (2006), "Políticas de vida. Movimientos sociales y necesidades básicas", ponencia presentada en las III Jornadas del Comité de investigación en sociología política de la FES, en Bilbao, 21 y 22 de septiembre de 2006.
  
- Calle, Ángel; Soler, Marta y Vara, Isabel. (2009), "La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales", I Congreso Español de Sociología de la Alimentación", Gijón 28 y 29 de mayo de 2009.
  
- Callejo, Javier (2009), "La reorganización del sistema de confianza tras la crisis", RES, nº12, pp. 39-65.

- Cortina, Adela (2001), "Ética del consumo", en Gimeno, J.A. (coord.), *El consumo en España: un panorama general*, Madrid, Fundación Argentaria/ Editorial Visor, pp. 203-213.
  
- Cuéllar, Mamen (2009), "Hacia un Sistema Participativo de Garantía para la producción ecológica en Andalucía". Tesis Doctoral. Universidad de Córdoba.
  
- Cuéllar, Mamen y Reintjes, Carola (2009), "Los sellos y sistemas de garantía para el Comercio Justo", Barcelona, Icaria.
  
- De Sousa Santos, B. (2009), "Pensar el estado y la sociedad: desafíos actuales", Buenos Aires, Waldhuter.
  
- Díaz, Cecilia y Gómez, Cristóbal (2005), "Una aproximación a las teorías y los debates actuales en torno a la alimentación contemporánea", en Díaz, C. (coord.), *¿Cómo comemos? Cambios en los comportamientos alimentarios de los españoles*, Madrid, Fundamentos. pp. 23-50.
  
- Follet, Jeffrey R. (2009), "Choosing a food future: Differentiating Among Alternative Food options", *Journal of Agriculture and Environmental Ethics*, 22, pp. 31-51.
  
- Hardt, Michael y Negri, Antonio (2000), "Imperio", Barcelona, Paidós.
  
- Riechmann, Jorge y Fernández, Francisco (1994), "Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales", Barcelona, Paidós.
  
- Scott, James (2003) "Los dominados y el arte de la resistencia", Mexico, Tlalaparta.
  
- Sevilla, Eduardo y González, Manuel (1993), "Ecología, campesinado e historia", Madrid, La Piqueta.



- Soler, Marta y Calle, Ángel (2010), "Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización, en Soler, Marta (coord), *Andalucía en monográfico de Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*.
  
- Toledo, Víctor (1993), "Modernidad y ecología, la nueva crisis planetaria", en *Ecología Política*, nº 3.
  
- Villasante, Tomás (2002), "Sujetos en movimiento. Redes y procesos creativos en la complejidad social", Montevideo, Nordan-Comunidad.

# **ANEXOS**

## ANEXO I

### GUIÓN ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

## **GUIÓN ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA**

### **Bloque 1. Experiencias productivas (Para productores/as)**

- Caracterización de la actividad productiva. Definición de la finca o experiencia.
- Razones por las que se produce tal cosa y de esta forma.

### **Bloque 2. Experiencias en la Red.**

- Forma de entrar en la Red. ¿En qué momento? ¿Estuvieron en sus inicios?
- Motivaciones para participar en la Red.
- Grado de participación.
- ¿Qué les aporta la participación en la Red?
- Organización. ¿Cómo lo hacen? Funcionamiento: toma de decisiones, niveles de participación, organización, entrada de nuevos miembros (Red y Grupo de consumo o productor).
- ¿Qué se podría mejorar? ¿Cómo?
- ¿Había experiencias anteriores? Participación en otras redes, movimientos, etc.
- ¿Qué futuro? ¿Cómo ven el futuro de la red? Potencialidades.

### **Bloque 3. Proceso de reflexión interno de la Red.**

- ¿Para qué es importante?
- ¿Cómo han llegado o qué les ha llevado a este proceso?
- ¿Qué resultados esperan de la reflexión?
- La entrada de nuevos productos y los criterios de confianza/garantía.

## ANEXO II

# ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES DISCURSOS DE LAS ENTREVISTAS, POR TEMAS Y CATEGORÍAS

## 1. FUNCIONAMIENTO DE LA RED

PARTICIPACIÓN:			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Cuestión numérica	yo pienso que es preferible tener grupos pequeños y muchos, que grupos muy grandes. Porque los grupos pequeños se manejan mejor, a la hora de aportar en cada grupo, pues no es lo mismo gestionar una huerta entre yo que sé, 30 o 40 personas, que gestionar una huerta entre 100. Entonces la participación puede ser mayor, sabes, y esto es una cosa que aportando un poquito cada uno, esto puede ser la bomba.
E5	Productor de aguacates		Entonces si somos 100 personas o si somos 300 tenemos que tener las 300 un objetivo común, que es, ya no el crecer, sino el alimentarnos de esta forma porque creemos que es la forma más sana y la mejor forma de contribuir con el medio ambiente, en este tipo de consumo. Podemos crecer, pero la forma de crecimiento es muy pequeña.
E4	Consumidor grupo Rabanales		yo sí que creo que debe tener un límite... un radio de acción limitado, por eso, porque la participación es necesaria y, claro, que una de las prioridades es que sean productos locales, más allá de la participación, el simple hecho de producir algo que haya tenido mucho transporte de por medio... y además pues por eso, por la participación que es necesaria (...) hay que establecer unos mínimos de... mínimos que favorezcan que se de ese proceso.
E4	Consumidor grupo Rabanales		Porque si sigue creciendo digamos que al final tendería a ser lo que ya tenemos, si sigue creciendo hasta el infinito sería necesario personas que intermediaran, porque ya sería tan grande la estructura que no se podría sostener por sí sola, ¿no?. Entonces para mantener esa humanidad digamos, esa

			<p>humanidad que se persigue, esa cercanía, es necesario que tenga un límite y que simplemente se reproduzcan, que se repliquen experiencias como esta, que se repliquen a nivel de una misma localidad si es necesario o que se repliquen en otras.</p>
E61	Consumidora la Grama		<p>Hombre, yo creo que muchos más, sería poco funcional, a lo mejor. Se vuelve poco funcional, por los repartos, la organización de los pedidos, las reuniones incluso, ¿no? Puede crecer todavía, pero...</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales	Fundamental para el cuestionamiento y el proceso transformador	<p>creo que la participación es fundamental por lo que te comentaba antes. Creo que es en la acción, donde se ve, donde se puede realizar el cuestionamiento. Si tu participación no va más allá, por ejemplo en el consumidor, de hacer un pedido de productos y cogerlos e irte a tu casa, poco cuestionamiento estás haciendo, ¿no? (...) También respetando los ritmos (...) a esas primeras asambleas ¿quien va?, pues la gente que tiene más interés, pero poco a poco hay que ir fomentando esa participación, esa implicación, que las personas que componen la red, tanto consumidores como productores pues puedan tener ese proceso de reflexión y de cuestionamiento.</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales		<p>Creo que todos nos estamos transformando en este proceso, entonces creo que es indispensable que las personas que forman parte de la Red, tanto productores como consumidores, puedan ser parte de ese proceso. Si se aíslan de ese proceso no le veo sentido a que participen</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales	Respetar los ritmos /grados	<p>No se puede establecer una relación distante y estática, de decir, esta persona me interesa su producto y vamos a pedirle todos los meses y así se va a quedar. A mí eso es lo que me parece absurdo y que no cumple para nada con el objetivo de la red. Ahora, establecer un vínculo, que poco a poco se vaya produciendo acercamiento, que haya una</p>

			<p>simbiosis e interacción, que vayamos acomodando ritmos, ¿no?, y al final esos ritmos confluyan en una participación plena, me parece fundamental, vamos, es que creo que si no la Red llegará un día en que colapsará por ser un club, como podría colapsar de otro modo, convertirse en un Almocafre si va por el otro lado</p>
E4	<p>Consumidor grupo Rabanales</p>	<p>Acompañamiento a la participación</p>	<p>Tanto para productores como para consumidores, creo que es fundamental que exista ese eslabón, que tiene que tender a disolverse, pero que en un momento determinado es fundamental para acompañar el proceso de ciertas personas que no... que no conocen esto, que no conocen o que no se desenvuelven de la misma manera que otras personas en una asamblea (...) Es que interiorizar el ritmo de esto no es tan fácil, no sé, yo porque en mi vida sí he tenido otras asambleas, he tenido, no sé, he vivido procesos, no los mismos, pero sí similares... pero hay personas que es que no tienen interiorizados estos procesos para nada (...) para que otras personas se incorporen necesitan procesos más lentos, y en esos procesos más lentos necesitan o es muy positivo que tengan acompañamiento.</p>
E1	<p>Productor Pan</p>	<p>Distintos grados de participación</p>	<p>hay grupos que están muy bien organizados, como es el caso a lo mejor de la Acequia o de otros grupos, y otros que estamos un poquito menos organizados o que a lo mejor no le damos, no le estamos dando todo el tiempo que necesitaría o que le vendría bien..</p>
E2	<p>Consumidora Alacena</p>		<p>yo creo que la participación está siendo buena. Ya te digo, con el agravante de la multimilitancia y demás, y de los tiempos de cada, y que... pero más o menos nos vamos articulando y yo creo que estamos funcionando, no sé, en la última reunión, por ejemplo, vino mucha gente, ha habido reuniones en las que hemos estado 10 personas, y en la última reunión pues éramos casi el doble</p>



E2	Consumidora Alacena		Lo único que pasa es que cada grupo, tiene que crear su propio sistema, ¿no?, entonces de acuerdo con las necesidades y las posibilidades de cada uno siempre se puede participar, ¿no?, entonces igual que nosotros estamos intentando crear un sistema de, un sistema también en el sentido de sistematización del trabajo, ¿no?, de rotación de tareas, de, no tiene por qué ser tan cargante, ¿no?, porque yo puedo ir una vez al mes, o a lo mejor no puedo ir una vez al mes, pero sí que sé que durante tres meses me voy a poder comprometer a hacer el pedido, ¿no?, esos tres meses me encargo de hacer los pedidos, por ejemplo, pero a lo mejor no tengo por qué estar presente en las reuniones o lo que sea, pero sí que estoy trabajando en ello, ¿no?. Entonces yo creo que existe la posibilidad de la rotación de tareas y no sé, otros mecanismos que sí que pueden facilitar la articulación, siempre que no sean grupos demasiado numerosos, creo.
E2	Consumidora Alacena	Modelo participativo por definición	Y quien quiera comer sano pues que lo busque, que se lo curre, así es que ves que realmente no tienen ese interés, ¿no?, también hay que priorizar. Yo no me voy a meter con las prioridades de nadie pero si tengo una prioridad voy a participar en ella. Al menos es un modelo que yo creo que es autoexcluyente en un sentido, que es que si ves que no puedes cumplir con los mínimos requisitos de la Red es que no es un grupo para esa persona, ¿no?, o para ese grupo de personas.
	Productora de huevos y aceite		Yo creo que es importante. Vamos a ver, es que yo soy la primera que si creo en esto yo quiero estar, yo quiero informarme. Entonces si quiero informarme, si tú crees en una cosa... o sea, yo no quiero productores oportunistas,
E62	Consumidor La Grama	Iniciativa individual que arrastra a otra gente	Luego se formó porque bueno, pues teníamos la idea, nosotros, yo estuve buscando tierra, un

			poco ahí... viendo algún modelo de que pudiésemos producir aquí, pudiese vivir alguna gente de esto, pudiésemos suministrar verdura un poco fuera del circuito comercial convencional, y hubo por ahí una serie de personas que surgieron, unas reuniones que tuvimos y todo empezó así
E62	Consumidor La Grama	Mejoras en la participación	el tema por ejemplo de la participación en la Red, yo estoy viendo que cada vez vamos a más, ¿sabes?. Yo he visto ahí que las últimos dos o tres reuniones que llevamos, ya estoy viendo conciencia de grupo, cosa que a mí eso me hacía falta, porque entonces qué estamos haciendo aquí.
E61	Consumidora La Grama	Responsabilidades	cuando te toca una responsabilidad te das cuenta de cuál es el trabajo que lleva, cuando la sientes y la valoras, cuando la haces tú. Si no...

TOMA DE DECISIONES			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E3	Consumidor grupo Quiñón	Por mayoría	Pero claro, a lo mejor yo no soy capaz de convencerles, entonces pues o llegamos a un acuerdo a través de una votación, por mayoría o bueno, cada uno que tome la decisión y si no me interesa pues me voy, o hago otra red, o no lo sé (...) Asambleario... Está bien, pero al final la asamblea acata lo que dice la mayoría.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Relación con el número	Claro pero lo que se habló el otro día de la participación por ejemplo, si tuviera que ir a la asamblea general toda la gente que pertenece a la Red, sería imposible, pero tiene que haber un espacio. El tamaño que puede tener la Red debe ser como máximo el que favorezca que exista ese espacio,
E8	Consumidora Amaranto		Claro, creo que ahora los grupitos se parecen más, más o menos pequeños, donde la gente tiene confianza, se ve asiduamente... O sea, ahora, parece un poquito más homogénea la cosa. Entonces puede ser más fácil.
E1	Productor Pan	Falta sistematización del proceso	hay unas reuniones que son mensuales y a raíz de esas reuniones luego vamos ciertas

			<p>personas de cada grupo y luego lo transmitimos al resto del grupo. Por ejemplo veo que ahí a nosotros andamos un poco cojos. O sea, se transmiten las cosas pero no tenemos una reunión especial para hablar del tema (...) nosotros después de cada reunión intentamos transmitir al resto del grupo lo que ha pasado, la anécdota así, entresijos de la Red, y preparar para la siguiente. No es que llevemos un discurso preparado para la siguiente reunión pero sí ya sabemos quién va a ir, quién no va a ir... Y a lo mejor en cosas que sí que nos interesaría más que le damos más prioridad o más importancia.</p>
E2	Consumidora Alacena		<p>tenemos que trabajar dentro del grupo para llevar claro entre todos y el que vaya a la reunión diga “esta es nuestra posición y esta es tal, y lo que salga de aquí yo lo tengo que revertir en mi grupo para poder dar una opinión”, aunque más o menos pueda tener una actitud de lo que vayamos a decidir, pero no sé, me parece importante, porque como grupo de consumo participemos de esa asamblea, de reuniones y ahí se pueda intentar estructurar como Red, forma de consumo y de decisiones dentro de la Red</p>
E8	Consumidora Amaranto		<p>tendríamos que ponerle un poco más de empeño porque hasta ahora creo que hemos sido muy pocas las personas que hemos participado en las asambleas de la red y ya ahora empieza a haber un poco más de grupo, en ese sentido, y empieza a haber más fluidez en la comunicación (...) Pero yo iba a la Red como Leticia de la Acequia, y de la Acequia nadie ha ido a la Red y tampoco podía llevar nada a la Acequia porque no había tiempo en las asambleas para hablar de la red. Entonces es que... eso no, no puede funcionar nunca.</p>
E8	Consumidora Amaranto	Necesaria Horizontalidad	<p>en el tema de la toma de decisiones pues me parece que la lógica de la Acequia, de la Rehuerta en su momento, que viene un poco del BAH! Y viene del MST, o sea, es la lógica de los grupos pequeños, son los espacios donde se puede</p>

			reflexionar, donde hay más horizontalidad, eso va a una escala mayor donde hay representatividad entre comillas, no sé, donde se toman decisiones en función de los grupos y de ahí van a los grupos. Y eso tiene que fluir muy bien, tiene que fluir muy bien en los grupos y muy bien en las decisiones.
--	--	--	--

CONFIANZA			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E3	Consumidor grupo Quiñón	Basada en el aval	Que yo me puedo fiar de la información de alguien de quien me fío, que es ahí adonde vamos. Pero yo no tengo que conocer al productor, ojalá, si él quiere, y si un día vamos a... yo todos los fines de semana o ni siquiera una vez al mes puedo ir a ver a un fulanito, o no me apetece, o no tengo por qué, tengo mis relaciones sociales y no tengo por qué relacionarme con alguien... a lo mejor me apetece, o a lo mejor no, pero no tiene por qué ser una, un condicionante... Ahora, si tú que perteneces a la red, me conoces, nos conocemos, estamos de acuerdo en estos criterios y me dices, mira este fulanito está produciendo una no sé qué un no sé cuantos, que es estupenda, que está de acuerdo con nuestros principios... Pues ya está, invítale a que venga, que no puede venir, pues qué le vamos a hacer, pero tú me estás dando información de él que para mí es suficiente. Y es que ya está, para mí, ya está.
E3	Consumidor grupo Quiñón		El problema está en cómo consideramos que, qué confianza tenemos en que ese producto, ese productor esté haciendo las cosas como según nos parezca. Y es lo que te digo, creo que si está aquí al lado podemos conocerlo, podemos conocer al productor y podemos conocer la huerta. ¿Pero si está a 150-200km? Pero si hay alguien, de nosotros, que da esa información... para mí es válido. Incluso ya no limitaría los productos. Después en la lista está todo lo que quiera que, que tenga un aval de confianza, eso sería, y ese aval de confianza lo da

			<p>el que alguien conozca a esa gente, o a ese productor. Y animar al productor a que venga a conocernos, ir nosotros, eso por supuesto, pero es segundo plano... Pero es que no tengo más requerimientos.</p>
E2	Consumidora Alacena		<p>Pero vamos, que partiendo del principio que es más mi opinión personal, pues yo lo vería un poco eso, primero que sean, como Córdoba es del boca a boca, al final termina siendo un contacto de un contacto, de un contacto, aunque sea... Pero como que ya hay una línea trazada que no por ello certifica que sea de confianza, pero bueno ya ha entrado por unos caminos más directos, ¿no?, más de contacto.</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales		<p>Sí me parece necesario un proceso de certificación entre comillas, o de... de eso, de confianza, que establezcamos pues nosotros mismos. Que no es necesario fijarnos en nada, simplemente qué creemos nosotros que es necesario, para tener esa confianza. Y poco a poco pues se irá construyendo también, ¿no?.</p>
E1	Productor Pan	Proceso de garantía basada en la confianza	<p>me parece muy importante trabajar con la confianza, me parece muy importante, porque era lo que yo de alguna forma les propuse a las mujeres de Villarrubia, nadie está haciendo conservas, nadie está haciendo pan, nadie está haciendo repostería, hacerlo vosotras y hacerlo ya, si es que es una cosa que es básica. Y la confianza sí que puede dar lugar a eso.</p>
E8	Consumidora Amaranto		<p>podemos realmente establecer unas estrategias de garantía basados en la confianza que lo podemos trabajar sin problema. Y yo creo que esa es la base, debería ser la base de la Red.</p>
E1	Productor Pan	Mecanismos	<p>Entonces yo no he vivido el proceso de entrar en la Red, de que acepten, de período de transición, de... y sí que he vivido el de la confianza, lo he vivido directamente. Y de la confianza en todos los niveles, en nivel de ven a visitarnos, ven a echarnos una mano, entonces conocerlo directamente la gente y luego por otro lado, gente que sin</p>

			<p>concernos directamente ha confiado en lo que hacíamos, ¿no?. Y en ese aspecto estoy muy contento.</p>
E2	Consumidora Alacena		<p>entonces que son relaciones más o menos directas y además también, que hay una relación personal, que hay unas relaciones de confianza, de amistad y que la gente que participe tenga esos principios.</p>
E2	Consumidora Alacena		<p>Y también pues a partir de eso empezamos a dar otros pasos, elaboramos los principios, elaboramos también una especie de carta, es que no me acuerdo ahora mismo cómo lo llamábamos, pero una carta que se mandaba... un protocolo. Entonces se lo mandábamos a los productores para que ellos lo rellenaran y a parte poder ir a visitarlos y comprobar que eso era realmente así, porque también pasó que hablamos con productores y cuando llegamos allí no era lo que nos habían contado, nos habían vendido la moto como quien dice, pues tener la información, ¿no?, y elaborar un protocolo, una carta, de cada productor para tener la información de cada productor, saber exactamente cómo trabajan, qué trabajan y ver si eran aptos para según nuestros principios o no. Un poco así.</p>
E2	Consumidora Alacena		<p>Pero también por nuestra parte, para verificar también eso y generar también esa confianza, en cada una de las reuniones que se están haciendo en sitios diferentes, deberíamos como grupo llevar nuestro protocolo y en ese momento entrevistar al susodicho o susodicha de ese lugar que es productor de tal o cual cosa (...)yo por ejemplo esa confianza la veo también en haber estado yendo a las reuniones y el haber estado tratando personalmente con esos productores. Los conoces a nivel personal, vas viéndolos mes tras mes, vas hablando con ellos, vas viendo en qué cosas estás en común, cuáles no, y vas viendo si eso compensa o no compensa conforme a nuestros principios o conforme a nuestra ideología o por</p>

			donde queremos caminar.
E2	Consumidora Alacena	Evitar conflictos	Porque pueden darse problemas, o conflictos de que “hay es que yo, el queso es que si estas cabras no están vacunadas, yo este queso no lo quiero comer”, o temas de denuncia, ¿no?, para evitar todos esos problemas legales también, basarnos siempre en una red de confianza.
E8	Consumidora Amaranto	Otra forma de relacionarse	Y a mí me flipa, me encanta, me encanta enrear, con la gente y sentir que las cosas pueden ser diferentes y que confías en las personas y que la gente se mueve por otros intereses, que los puramente individuales, económicos, no sé. Eso que nos mueve a todo el mundo, vamos.

RELACIONES DIRECTAS			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Precios justos	a la hora de sacar este proyecto para adelante, porque es un proyecto muy... así, muy bonito. Donde puedes conseguir productos directamente de los agricultores, sin pasar por intermediarios, sanos, de calidad, a un buen precio, a un precio que no lo vas a encontrar en ningún supermercado ni en ninguna tienda.
E7	Productora aceite y huevos		Entonces es algo que yo lo veo súperpositivo, por todo lo que hemos hablado de... primero relación directa consumidor-productor, segundo porque creo que es justo tanto para el que consume como para el que produce y... y entonces pues no sé...
E5	Productor de aguacates	Más gratificante	Tienes otras vías de solucionar problemas, pero esta es, yo pienso que está muy bien y que los productores y los consumidores están en el mismo saco, convives con ellos, entonces esa forma de comercializar, esa forma de alimentarte y de producir para mi es mucho más gratificante y satisfactorio y llena mucho más mi vida que cuando vas al supermercado y llenas tu cesta con cuatro bandejas de poliespán, con cuatro manzanas, con cuatro peras...
E1	Productor Pan	Nuevas formas de relacionarse	que surjan otras maneras de relacionarnos y que sea directa, que la podamos plantear nosotros y que la echemos para adelante nosotros
E7	Productora		De relación directa, tenemos quien

	aceite y huevos		produce y quien lo consume, o lo hacemos directamente o... a ver.
--	-----------------	--	---

APOYO MUTUO			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Compartir conocimiento	No sé, estás pues apoyando proyectos de gente pues que cree que hay otra forma de vida posible. Pues el que una persona se pueda coger y dedicar a producir alimentos de una forma saludable y que no tenga un horario fijo, que esté contento, son... no sé, es una forma de vida muy chula, ¿sabes? (...) porque veo que hay gente con conocimiento, gente que sabe, que está en la universidad, que hacen estudios, y les ves las ganas que tienen y entonces son los que te animan a seguir produciendo de esta manera.
E5	Productor de aguacates		No sé, es una ayuda que sobre todo cuando estás así en ecológico, yo en mi caso ahí en Almuñécar pues claro, o lo pregunto en internet o si no, ya me contarás a ver cómo lo haces.
E62	Consumidor La Grama		yo también un poco el encontrar también un apoyo ahí, es que yo no tengo el conocimiento universal y yo necesito gente que para algunas cosas pues también pues tener un apoyo, saber que esta gente existe, que está haciendo esto
E7	Productora de huevos y aceite		Y luego gente que está metida más o menos en temas de huerta, pues ofrece cuando tienen semillas de más pues se han ofrecido en la red, oye, tú como haces, que cuando tienes una duda, oye tú cómo haces esto o lo otro. Que veo buenas relaciones y que es súper positivo.
E7	Productora huevos y aceite		Entonces pues bueno, a mí eso me ayuda, y apoyo, o sea recursos humanos, es decir, estoy queriendo hacer esto y no sé cómo hacerlo, y gente pues que está haciendo lo mismo que tú. Y bueno, si te gusta el campo y que es mi caso, te ha llegado un terreno que tú no has buscado y le quieres dar un uso porque para eso está ahí el terreno, pues hombre, si se te ocurre, que a mí siempre sabiendo que está ahí el campo como recurso quería hacer algo que, como me gusta el campo,



			pues que me sirviera para vivir de eso.
E5	Productor de aguacates	Búsqueda de alternativas comunes	El problema es cuando a lo mejor estás desanimado porque no es lo que esperabas y encima no tienes unos ingresos económicos... pues para eso está la Red, para coger y decir vamos a ver qué formas de vender pues no sé, aguacates a más gente. O el pan, no tiene por qué ser sólo a la Red, tú puedes hacer pan si quieres cinco, seis o siete días a la semana...
E1	Productor Pan	Gratificante	con el ambiente con los espacios que disponemos cada uno se puede trabajar conjuntamente y eso es muy guapo, que la Red de lugar a eso, a otras maneras de encontrarnos, de disfrutar, de echarnos un cable y del apoyo mutuo, y donde no sea siempre el dinero lo que nos mande y lo que nos mueva. Entonces claro que a nivel emocional eso es muy importante, vamos, el trabajo de la Red y lo que está pasando ahí.

## 2. TIPOLOGÍA DE ACTORES QUE PARTICIPAN EN LA RED

MOTIVACIONES			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor aguacates	Apoyo mutuo	Pues porque, pues... mira, el que haya más productores significa que hay mucha más fuerza, más movimiento, más personas que están dedicadas a producir en ecológico, recibes una ayuda y una estimulación que cuando te dedicas solamente, estás solo en la agricultura no te lo imaginas, entonces pues, y que la relación que existe luego entre todos nosotros pues es una relación muy sana y muy participativa y donde consigues un montón de cosas.
E3	Consumidor grupo Quiñón	Búsqueda de lo ecológico	pues motivaciones, a mi me ha motivado siempre lo ecológico y... he dado muestras de ello, no voy a hablar de lo que he hecho o no, todo esto siempre me ha interesado, ¿no? Todo tipo de movimiento, de idea, de iniciativa, que vaya en torno a la ecología y lo que llamamos alternativo, otras formas de buscar otro sistemas de comercialización,

			de relacionarse, de, de... en definitiva de buscar otros sistemas sociales más adecuados, ¿no?, para lo que cada uno entiende como, como forma de vivir, una forma de conciencia concreta, o ... yo creo que todo esto son movimientos de conciencia, ¿no? (...)Y lo ecológico pues creo que, creo que es lo que abandera mucho los últimos cambios de la sociedad, a través de los movimientos ecologistas, de defensa del medio ambiente y de producción y consumo básicamente también, claro.
E1	Productor Pan	Otra forma de relacionarse	pues mis motivaciones han sido pues eso, de trabajar otras vías de relacionarse entre la gente, de relacionarnos con los productos, de... eso de hacer las cosas de manera diferente, de manera que nos beneficien más a todos. Que nos beneficien a los productores y que también beneficien o se centren un poco más en los consumidores. Y que los consumidores tengan más decisión. Eso en el caso de la Red, y en el caso de vivir en el campo, porque ya me lo pide el cuerpo, después de tanto tiempo, ya no quiero vivir en la ciudad...
E8	Consumidora Amaranto	Cambios en el entorno	Y a mí me mueve, me mueve pues que creo que esta ciudad puede ser diferente, que somos mucha gente viviendo con cierta conciencia de consumir menos y de vivir de otra manera y que es muy, Córdoba tiene mogollón de posibilidades, está rodeada de huertas y de posibles huertas, potenciales, porque no se utilizan ni la mitad y gente que tiene ganas de hacer cosas.
E61 y E62	Consumidores Grama	Alimentos sanos	<b>¿Y con qué motivación va la gente?</b> A. Pues tomar alimentos sanos, es una de las... ¿no? Las mujeres por ejemplo... M. Sí, casi la principal, y luego también hay personas sueltas que bueno, pues también ven un interés político ahí bastante fuerte y pues ecológico también, un poco cambio de conciencia...
E61	Consumidor la Grama	Motivaciones políticas	te hablo a título personal, pues mis motivaciones son ahí casi más

			<p>políticas que otra cosa. Yo vengo de estudiar empresariales, conozco los circuitos comerciales, conozco el sistema financiero internacional, conozco un poco la estructura política comercial que tenemos alrededor nuestra y yo creo que con la Red, vamos, yo me emociono porque englobar a tanta gente, y que realmente haya tal actitud de cambio, o sea de cambio de mentalidad y de cambio de hacer las cosas pues, y encima a través de proyectos como estos, que son pues artesanos, locales, pequeños, con relaciones personales sanas o insanas pero tú sabes qué es lo que hay, ¿sabes?, y que bueno, poder tener que depender tan poco.</p>
E7	Productora de huevos y aceite	Consumo justo y responsable	<p>yo siempre el tema de medioambiental, consumo responsable, producción responsable y justa, pues siempre me ha gustado. Yo a raíz de entrar, supongo que a raíz de entrar en la escuela de agrónomos, y empezar a escuchar, ves un sistema de producción, ves otro, ves las consecuencias de uno y de otro, pues a mí me convencía más la producción ecológica (...)pues primero porque creo que es un producto de más calidad, a la hora de consumirlo, tanto en este caso pues aceite. Segundo porque evidentemente contamina menos.</p>
E7	Productora de huevos y aceite		<p>Me motiva simplemente el hecho de que estoy haciendo que algo que va con mi forma de pensar, como productora y como consumidora. Las dos cosas. Por economía, pues yo no analizo si me gasto menos comprando en la red, es que me da igual, de hecho yo voy a Almocafre, que quiero un producto de calidad, por mí y por los niños. Entonces yo la verdad es que, o sea, como producto prefiero un alimento ecológico, que es más caro, pues entiendo que sea más caro porque la forma de producir es más cara, y estoy dispuesta a pagar un incremento.</p>
E7	Productora de huevos y aceite	Económicas	<p>gente que está en mi grupo y está en la Red simplemente por el precio, no me gusta, porque no creo que en este caso... vamos a ver, que el</p>

			precio lo vamos a tener en cuenta todos, pero creo que no es algo que sea por oportunidad, que es más barato y ya es más bueno, no quiero. Porque yo estoy dispuesta a pagar algo más que un alimento convencional. Primero porque le va a llegar al productor y segundo porque es un alimento con más calidad que uno convencional.
--	--	--	--

PRIORIDADES			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Cercanía	aunque no fuera un producto local porque no se cultiva en Córdoba, pero sí es mucho más cercano que el aguacate que se está importando de Sudáfrica, Perú o de Latinoamérica, y llegamos a un acuerdo, hubo un compromiso por parte de la Acequia, de consumir unos kilos mensuales para que fuera rentable también el transporte, con lo que procuramos pues que el transporte no supere los precios del coste del fruto, ¿no? Porque tampoco es viable.
E62	Consumidor La Grama		A mí vamos, es casi más todo el trasfondo que tiene que el consumir, porque también nosotros compramos pan de la panadería también... Vamos, que nosotros no comemos todo ecológico ni de coña...
E61	Consumidora La Grama		La cercanía, apoyar proyectos en los que crees, por la filosofía... (...)Sí, y a veces es ecológico de Chile, ¿no?
E5	Productor de aguacates	Relación directa	Entonces, en definitiva qué es lo que queremos, pues que haya una relación directa, que el producto sea de calidad, alimentarte, aprobar proyectos que sean alternativos y que realmente merezcan la pena porque estás haciendo un desarrollo rural o estás colaborando a que una unidad familiar o a que una familia tenga un sueldo del campo... que eso los pequeños, que es lo que nosotros estamos tratando, que somos pequeños agricultores y consumidores llanos, que ninguno somos ricos ni tal, pues es lo más viable que se puede hacer.
E4	Consumidor		Creo que es fundamental, que tanto

	grupo Rabanales		productores y consumidores se puedan implicar en este proceso de transformación, si no pueden, no le veo sentido que formen parte de la Red. Y tampoco es para mí, personalmente una preocupación muy grande el hecho de que ahora mi lista, productos que yo consumo no los pueda adquirir en la Red, porque para productos ecológicos me los puedo comprar en otro lado, y si vacío la Red de contenidos entonces no quiero Red. Prefiero que no exista. En ese sentido lo tengo claro, cuantos más productos mejor, pero sobre todo con una base, ¿no?, y con los principios que hemos establecido.
E3	Consumidor grupo Quiñón	Ampliación de la lista de productos	y la base, por lo menos para mí es importante, que haya una lista de productos, porque yo lo priorizo, y me acuerdo cuando estuvimos trabajando en grupo, lo pusimos: "consumir productos ecológicos". Además se trata de una red de consumidores, ¿no?, o sea que eso es básico (...) Entonces la red de consumidores se abastece o se nutre, se... de una serie de productos, cuantos más mejor. Y yo digo cuanto más mejor, sin llegar a una cosa... pero en nuestro consumir cotidiano hay muchísimas cosas, muchísimas, que si yo evito tener que ir a ningún otro sitio, pues eso es lo que pretendo.
E3	Consumidor grupo Quiñón		pero para mí, es que primero de todo es el consumo, primero de todo. El cómo definamos qué tipo de producto es, es donde tenemos que hablar, y lo demás viene por añadido si viene, y si no viene yo sigo adelante. Porque yo quiero comer este tipo de productos, consumir este tipo de productos que me, me creo que sienta mejor para todos, para todo, como hemos dicho... y lo demás magnífico, hacemos un perol, o una reunión en la huerta de no sé quien, que invitamos y vienen magnífico, que no vienen, pues igual, qué le vamos a hacer.
E3	Consumidor grupo Quiñón	Productos básicos y ecológicos	El problema es el principio básico, ¿no? ¿qué entiendo yo por un producto ecológico, por ejemplo? O ¿qué entiendo yo por un producto

			básico, por ejemplo? Por ejemplo, los lácteos para mi son básicos, ¿no? Los jabones, las infusiones, pues no son básicas... O sea, por mucho que lo hagas tú, que me gusta estar contigo, pues me da igual, quiero decir, que... ahora si no hay lácteos, no va a haber frutas, no va a haber casi verduras, pues es que yo no como carne, pues no sé... no veo el interés, ¿no? Para eso prefiero un club social y nos reunimos para charlar, para encuentros, para talleres, para... pues bien, pero se trata de productos de un grupo, de una red de consumidores, ¿no? Entonces pues ahí estamos.
E8	Consumidora Amaranto	Apoyo a modos de vida diferentes	Gente que ha decidido dejar la ciudad, ha decidido apostar por un modo de vida diferente y que esto le puede salir. Y esto para mí es la prioridad. Después la participación de esa gente en la red, pues en la medida en que puedan, facilitarle al máximo, siempre desde el compromiso de esa persona. Te lo facilitamos pero tú a qué te comprometes, ¿no?, no de cualquier manera.
E62	Consumidor La Grama	Revalorización trabajo campesino	por ejemplo, estas patatas son de Manolo Páez, de aquí de mi pueblo, un tío que tiene 70 años y él las cultiva y hace poco le llevé de las nuestras y ahora nos da estas y, pues no son ecológicas porque no están certificadas, pero dice, "hombre las mías son más grandes que las tuyas porque me he meao en ellas" (risas).

CRITERIOS			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Necesidad de criterios mínimos	Hombre, sí creo que hay que poner criterios porque mira, somos un montón de productores y un montón de consumidores, entonces poner esos criterios significa que las personas que entren pues van a estar de acuerdo con esa filosofía que tiene ahora mismo el grupo.
E3	Consumidor grupo Quiñón	Ecológicos y con aval de confianza	Yo quiero abarcar con unos criterios, que creo que son razonables, que sean ecológicos, o supuestamente ecológicos, que no

			<p>hace falta que sean certificados, por supuesto que no, entonces, ¿qué es lo que pasa? Que yo me puedo fiar de la información de alguien de quien me fío, que es ahí adonde vamos. Pero yo no tengo que conocer al productor, ojalá, si él quiere, y si un día vamos a... yo todos los fines de semana o ni siquiera una vez al mes puedo ir a ver a un fulanito, o no me apetece, o no tengo por qué, tengo mis relaciones sociales y no tengo por qué relacionarme con alguien...</p>
E3	Consumidor grupo Quiñón		<p>para empezar a caminar muy sencillos, que es lo que yo dije la otra vez. Y es eso, que tengamos la información directa de alguno de los miembros de la red de que ese producto se está produciendo con los criterios ecológicos, tenga sello o no.</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales	Cercanía	<p>Son fundamentales los criterios básicos, ya más puramente ideológicos, cotidianos, que son la cercanía, que son productos locales, etc., que eso es como para mí el primer corte, pero corte básico, que para mí es implantable que nos traigan, no sé, café, por ejemplo. Porque como muy bien dijo Leti en una reunión esa es mi incoherencia, pero yo no quiero transmitir mi incoherencia a este proceso colectivo que realmente intentamos que sea algo coherente.</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales	Participación	<p>Pero vamos, para mí, como lo que entiendo que es esencial de la Red es el proceso transformador, creo que la implicación en ese proceso transformador es el requisito indispensable para participar en la Red.</p>
E8	Consumidora Amaranto	Iniciativas transformadoras	<p>Y la base sería ver qué productos no tenemos, si podemos tenerlo cerca, mejor y por supuesto un proyecto, yo siempre lo he dicho y soy muy pesada con eso, pero a mí me interesa gente que ahora mismo se está planteando un modo de vida relacionado con la producción de lo que sea y que podamos apoyarle y realmente tenga una salida.</p>
E4	Consumidor grupo		<p>Después los que te he dicho antes, de productos locales, muy</p>

	Rabanales		deseable apoyar iniciativas de personas que estén ya con ese deseo de transformar, muy deseable vincular a otras personas que vagamente se lo hayan planteado o que tengan ese cuestionamiento muy inmaduro y que puedan madurarlo con nosotros, ¿no?, formando parte de este proceso... o sea, tanto unos como otros son deseables. (...) por supuesto que estemos de acuerdo con la manera en que el productor realiza su proceso, ¿no?, que haya un conocimiento, que haya un acercamiento, que yo pueda ver y entienda cómo esa persona está haciendo lo que luego me está compartiendo, me está vendiendo... y que todos compartamos esos criterios, por eso a ese nivel la certificación lo veo altamente desdeñable, vamos, que no me parece necesaria.
E2	Consumidora Alacena	Sostenibles, ecológicos, justos	eran como diferentes ángulos o perspectivas. Una era el tema de que fueran sostenibles, rentables, que fueran ecológicos, otros también a nivel laboral, personal, un poco así, y luego pues que fueran cosas que nos fueran funcionales para nosotros. Porque me parece genial alguien que no sé, no se me ocurre ninguna barbaridad en este momento, pero que produzca, no sé, no se me ocurre, crema de uñas para no sé qué no sé cuantos, pero es que si nadie utiliza crema de uñas, yo es que lo siento mucho, pero... (...)que sean cosas que sean necesarias, que muchas veces lo hemos planteado también incluso en mi casa, “oye, necesitamos estos productos realmente...”, porque lo que es lo básico que son los cereales, las legumbres y los huevos y las cosas así de más consumo, no están.

GRADOS DE PARTICIPACIÓN			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Distintos grados	Entonces si tú quieres estar ser un consumidor o productor dentro de la Red, tienes que aportar, y tu forma de aportar es colaborando y



			<p>viniedo a las reuniones, si hombre, si no se puede no se puede, pero tienes que tener ese interés. Pero ahora, puede surgir que haya personas que en un momento dado pues se le pueda pedir un producto extra, por qué no, y que no esté dentro de la Red, porque no quiera participar o porque nosotros no lo veamos como un proyecto que estemos dispuestos en gastar nuestras energías en apoyarlo, pero bueno, pues dentro de una organización interna, que a lo mejor todavía no tenemos, pues se puede crear un encargado o unos encargados de que en ciertos momentos pues bueno, pues productos que todos consumimos, de forma puntual, pues sin estar dentro de la Red podamos adquirirlos sanos, de una forma... (...) no puede haber una persona que solamente distribuya y que no aparezca para nada, que no comparta... (...) para que la Red siga adelante tiene que haber una participación, y además estar abierto a, pues eso, a la Red, no metido como yo defendiendo mi parte, y tal, no, tenemos que defender el conjunto.</p>
E61	Consumidora La Grama		<p>Claro, tampoco se puede pedir que haya participación... o que lo ve de otra manera, que tiene otras vías de participar, ¿no?, o no se lo cree tanto o no está todavía y...</p>
E62	Consumidor La Grama		<p>nuestro grupo que podría haber unas personas que por lo menos se rotase esas funciones. No todas, no todas, porque yo también soy tolerante, vamos, a nuestra huerta pues ha habido algunas veces que se ha necesitado ayuda y ha habido personas que sí que pueden venir y que además trabajan muy bien, pero luego hay otras que no pueden venir, otras personas que no quieren venir y otras personas que vienen y no trabajan bien y hay que tolerarlo todo, y eso pues es una cosa que vamos, que quien no lo entienda que no lo entienda, pero eso es así y hay que aceptarlo. Pero luego de las personas que tienen potencial y que pueden, ¿sabes?, pues oye hay que</p>

			<p>involucrarse y hay que tener una responsabilidad sobre lo que estamos haciendo.</p>
E62	Consumidor La Grama		<p>Yo creo que sí que puede haber niveles, porque mira yo conozco un caso bastante cercano que es el de Rafa, volvemos a lo mismo, y que este es un tío que no le puedes exigir que venga aquí un día o que venga a todas las reuniones, porque no, porque tiene otras circunstancias y tiene otros menesteres. Que por supuesto que él apoya el proyecto y que quiere estar, por supuestos, y más, y nos da mil vueltas a todos, lo único que pasa es que no puede, ¿sabes?.</p>
E7	Productora aceite y huevos		<p>yo ahora mismo mi grupo, al reparto lo hago yo, que no nos vamos rotando que es lo suyo, que todo el mundo sepa de qué va, no sé qué... y siempre que hay un reparto, digo si es que esto no puede ser, pero es que como dice el refrán: "sarna con gusto no pica", pues como confío en esto y creo que es algo súperpositivo, pues me motiva.</p>
E8	Consumidora Amaranto	Modelo inclusivo sin perder de vista la carga transformadora	<p>Yo al principio así era muy radical, con esta historia del consumo, o la gente se conciencia o a la mierda, y quien no esté concienciado que compre en el Mercadona, ¿no? Y yo ahora no soy tan así. Porque que hay muchas realidades, hay mucha gente, hay gente para todo. Y no hay muchas alternativas, entonces creo que las alternativas tienen que abrazar un poco la vida de la gente (...).Que te puedes montar un chiringuito guapísimo pero va a ser para la gente que tenemos un perfil y a mí me gusta pensar y creo que es posible porque en muchos sitios está funcionando, no nos vamos a inventar nada nuevo, pues que para mucha gente que no tiene tiempo, que tal y cual, y que también está concienciada o si no lo está simplemente puede resultarle una alternativa a la comida de mierda que se vende y económicamente ve que también puede ser algo que le viene bien... O sea, yo quiero esa alternativa para todo el mundo, para mi padre, para mi madre, para mi prima... ¿no? (...) en el tema de los productores y productoras pues lo</p>

			<p>mismo. O sea, hay productoras que se plantean su vida de una manera alternativa, no quieren producir mucho mucho, pero sí en redes pequeñas, no sé qué, y tienen tiempo para participar, conciencia y todo el rollo, pero hay otra gente que pueden ser ganaderos, un montón de vida en el campo además, que no podemos obligarles a que tengan el ritmo de reuniónitis que tenemos nosotras. Que para nosotras es casi una militancia</p>
--	--	--	---

APORTACIONES DE LA RED. SATISFACCIÓN DE NECESIDADES			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Relaciones sociales/ Afectividad	<p>que la relación que existe luego entre todos nosotros pues es una relación muy sana y muy participativa y donde consigues un montón de cosas (...) Porque si le buscas una rentabilidad económica, o... te hablo desde el punto de vista de pequeño productor. Una rentabilidad económica o tal, mejor es que te dediques a otra cosa. Y esto es lo bueno que tiene, el compartir, el hacer el reparto, el juntarte, el que uno produce una cosa, otro produce otra, si tienes que echar una mano pues se echa una mano, si alguno pone una pega pues se solucionan esas pegas...</p>
E5	Productor de aguacates		<p>Si tú estás dentro de una Red, en la cual ya no solamente hay agricultores de un producto, sino que hay de otros productos, claro, pues claro, estás mucho más arropado, compartes, te animas, no sé, es una, es relación social también.</p>
E1	Productor Pan		<p>Que el lado emocional de todo esto es importante y el lado afectivo. Uno de los comentarios que salió en una de las reuniones, fue que qué guay la Red, que se está haciendo ahí más que de una manera efectiva, de una manera afectiva, que había mucho afecto entre la gente y entonces eso es muy guapo, porque yo ya no voy a las reuniones y a los repartos, a</p>

			<p>repartir o a debatir sólo, o a ver cómo darle vueltas a esto, sino que vas a ver a la gente, a estar con la gente y a disfrutar de un ratito en el que vale, hemos venido a traer los productos, pero yo a lo que he venido es a veros, y a estar aquí un rato, a ver cómo os va, a que me contéis</p>
E62	Consumidor La Grama	Espacios de intercambio	<p>yo también un poco el encontrar también un apoyo ahí, es que yo no tengo el conocimiento universal y yo necesito gente que para algunas cosas pues también pues tener un apoyo, saber que esta gente existe, que está haciendo esto, oye mira, que esto, pues la gente te pregunta, tú también te apoyas en ellos, porque vas a verlos, vienen a verte, tú... es difícil cuando estás en un momento, o cuando tienes un nivel de conciencia y estás fuera de tu núcleo, joder, como te sientas solo, vas a la muerte, ¿sabes?, vamos en este caso es que no estamos nadie solos.</p>
E5	Productor de aguacates		<p>Que sí, que producimos aceite, tal que cual, pero el uno es músico, el otro es universitario, el otro ama de casa, el otro tal, entonces en el conjunto tienes un abanico de posibilidades, de soluciones, de debates, de reivindicar cosas, que cuando coges, si tú vas del trabajo a tu casa, de tu casa tienes tu privacidad, en tu trabajo más o menos tienes tu privacidad y vas al supermercado y tú eres privado y libre de comprar lo que tú quieras, pues claro, eso no son relaciones sociales.</p>
E1	Productor Pan		<p>la Red para nosotros ha sido punto de partida de proyectos internos y al mismo tiempo abastecedor de necesidades que nosotros no nos podemos tener allí en casa, o que no hemos tenido o que vamos teniendo poquito a poco.</p>
E62	Consumidor la Grama		<p>pero sí un poco pues te da ideas, pues mira para estos trabajos pues hacen falta contactos, y un poco abrirte ahí, decir que nosotros estamos aquí, que también pues para mi trabajo el apoyo es fundamental, ¿sabes?. Pero no</p>

			<p>solamente físico, sino a nivel de conocimiento, y que yo estoy ahí, pero que luego también necesito yo que otras personas estén ahí. Que a lo mejor yo pues no quiero dinero de aquí, pero sí quiero tener experiencia y quiere tener conocimiento, un intercambio.. (...es que me parece una cosa, me parece un reto, estar con gente, explicar las cosas, pues un poco ponerme a mí a prueba, me hace estudiar más, me hace pues que... para mí eso también es interesante, vamos.</p>
E7	Productora de huevos y aceite		<p>Y luego gente que está metida más o menos en temas de huerta, pues ofrece cuando tienen semillas de más pues se han ofrecido en la red, oye, tú como haces, que cuando tienes una duda, oye tú cómo haces esto o lo otro. Que veo buenas relaciones y que es súper positivo.</p>
E3	Consumidor grupo Quiñón	Consumo	<p>... O sea, por mucho que lo hagas tú, que me gusta estar contigo, pues me da igual, quiero decir, que... ahora si no hay lácteos, no va a haber frutas, no va a haber casi verduras, pues es que yo no como carne, pues no sé... no veo el interés, ¿no? Para eso prefiero un club social y nos reunimos para charlar, para encuentros, para talleres, para... pues bien, pero se trata de productos de un grupo, de una red de consumidores, ¿no? Entonces pues ahí estamos</p>
E3	Consumidor grupo Quiñón		<p>está bien, no, pero yo sinceramente mi vida social está muy completa, no necesito, no, no me cierro, pero tampoco necesito como si fuera un objetivo, ¿no? Y es lo que está ocurriendo. Lo que pasa es que aquí hay un grupo que se conoce bastante por lo que veo y está muy bien, y además están relacionados con el campo, tienen su huerto, o tienen sus proyectos y está muy bien, pero entonces a lo mejor es otro tipo de red, eso es lo que hay que decidir, o sea, somos a ver productores y consumidores, y eso es lo que, eso es prioritario, pues lo sabemos, lo sabemos que los demás sobran, pero eso no está ocurriendo,</p>

E2	Consumidora Alacena		Luego por ejemplo también enfocado también a lo que es el consumo también hay que ser realista, ¿no?, en ese aspecto. O sea, este grupo se creó también por necesidades de consumo, entonces también gracias a esa multimilitancia aunque seamos grupos que ya estamos rodados, que ya nos conocemos más y en ese aspecto podrían parecer menos nutritivos, ¿no?, o aportar menos desafíos, que siempre son muy interesantes, también hay que ser realistas, ¿no?, y pensar que no vamos a perder, o que no deberíamos perdernos en una red de consumo que realmente no está cubriendo nuestras necesidades de consumo.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Espacio de transformación	Entonces a nivel personal me aporta satisfacción humana, como ser humano, de poder relacionarme, me aporta información, que creo que es necesaria para tomar decisiones, me aporta ese poder que me da esa información y ese poder que me da estar en una asamblea donde puedo decidir y donde tengo voz, y donde puedo preguntar.. Entonces creo que me aporta todas esas cosas, a nivel personal. A nivel colectivo, pues me aporta una herramienta, me aporta ser parte de una herramienta que creo que puede transformar la sociedad en una dirección que desearía que se produjera. Entonces me aporta satisfacciones en muchos sentidos.
E2	Consumidora Alacena		También porque me parece una necesidad inminente a nivel social, es decir, estamos en un sistema, que nos está generando unas precariedades a nivel de consumo, que es de lo que estamos hablando ahora mismo, a nivel personal, humano y tal, y que deberíamos trabajar para cubrir esas necesidades. Y no demorarlo mucho más. Que al final vamos a terminar pillándonos los dedos, nos vamos a hacer viajesitos y no hemos conseguido lo que queremos.
E1	Productor Pan	Motor económico	Y al mismo tiempo como ya habíamos trabajado en ciertas cosas, como es el tema de los

			jabones, o las aromáticas o el tema del pan, pues también había una demanda del grupo de la Red de consumidores y ha sido también motor, de que esos proyectos hayan cuajado dentro de la casa, hayan cuajado y tiren para adelante.
E1	Productor Pan	Inquietudes internas	Ah, bueno, y a parte cubre mis necesidades, mis inquietudes a lo mejor personales, ¿no?, y no sé. Cubre las otras necesidades internas.
E2	Consumidora Alacena		Entonces realmente, ¿nos está siendo útil esta Red a nosotros? ¿nos está revertiendo cosas? Hombre, está claro que a nivel humano y a nivel de experiencia, nos nutre, ¿no?, pero luego a nivel de consumo que era desde donde está enfocado, ¿nos está sirviendo o no?
E2	Consumidora Alacena		Hombre, yo veo que a nivel personal en lo que se refiere al otro tipo de necesidades, de la organización, de diálogo, no se, de coordinación, es muy nutritivo porque trabajas con mucha gente diferente, cada una tiene una forma de ser, una forma de pensar, unos objetivos, unos proyectos, unas posibilidades, unas necesidades también, entonces en ese aspecto, lo que te decía, de capital humano, me parece muy interesante. Por lo menos a mí a nivel personal y a nivel de experiencia, ¿no?.

### 3. ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES

FORTALEZAS			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E4	Consumidor grupo Rabanales	Superación de miedos en la colectividad	Me parece un proceso muy positivo y me parece un proceso en el que por un lado y por otro, pues está cargado de miedos, ¿no?. Miedo a que esto se convierta en tal, miedo a que se convierta en cual, y yo creo que no hay que tener, el miedo nunca es buen compañero de la evolución ni personal ni colectiva. Entonces creo que esos miedos están bien que se manifiesten, está bien que se visibilicen, porque creo que también es la única manera de que

			desaparezcan, pero la tendencia debe ser a que no existan, a tener claro cuáles son nuestros objetivos, a tener claro cual es nuestra perspectiva, cuál es nuestro... lo que nos llama a estar aquí, despojarnos de ese miedo y en ese sentido caminar.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Objetivos comunes dentro de la heterogeneidad	que de corazón todos tenemos una motivación similar, y eso creo que es la base y lo que al final puede... es nuestro nexo de unión y lo que puede llevar a que tengamos un consenso y una manera de verlo idéntica, porque de corazón todos queremos que este proceso siga así, ¿no?, siga este camino y todos queremos que este proceso tenga una base ideológica fuerte, todos queremos que este proceso no esté vacío de contenidos, todos queremos que esta Red siga creciendo, entonces, creo que como todos queremos eso, pues ese deseo, o esa ilusión se va a sobreponer a los otros miedos que estén por ahí pululando.
E8	Consumidora Amaranto	Capacidad de parar y reflexionar	nos tenemos que parar, porque es que si no nos paramos a escuchar las realidades, los problemas y las reflexiones de cada cual y por qué le ha llevado a tomar una decisión de esas características nunca podemos realmente tirar para adelante. Yo creo que es muy importante que lo maduremos todo, cualquier cosa, cualquier producto, cualquier cosa que lo maduremos bien, que se le den todas las vueltas que haya que darle.
E62	Consumidor La Grama	Avances en la organización	la evolución de mirar para atrás y mirar dónde estamos, que ya... sobre todo cohesión y organización, que hemos hecho mucho, que antes no sé... montábamos cada uno se montaba su película... Yo recuerdo que llegué ahí a llevar quesos a la enredadera, y aquello era un... ostias, y.... de los repartos, todo.
E7	Productora huevos y aceite	Apreciación de las ventajas	creo que el que es productor y consumidor puede entenderlo más que el que es productor o consumidor solo. Yo creo que el productor lo tiene ahí mas fácil, porque claro, aprecia que estás



			produciendo algo de calidad, se te está pagando un precio justo y que la gente lo está apreciando.
--	--	--	--

DEBILIDADES y MIEDOS			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Normativa	Podemos crecer, pero la forma de crecimiento es muy pequeña. Ojalá, pero ya se encargan en las grandes empresas y la legalidad, y cuando te hablo de legalidad, te digo tanto en economía, de que te tengas que dar de alta, que tengas que pagar IVA, que eso el Estado ya está bastante pendiente, pero también el... se me ha ido lo que te iba a decir... la normativa a la hora de cómo tú produces.
E2	Consumidora Alacena		Porque pueden darse problemas, o conflictos de que "hay es que yo, el queso es que si estas cabras no están vacunadas, yo este queso no lo quiero comer", o temas de denuncia, ¿no?, para evitar todos esos problemas legales también, basarnos siempre en una red de confianza.
E8	Consumidora Amaranto		porque era un gran problema desde el principio, el dónde repartimos porque en la Acequia ya nos habíamos encontrado con el problema de repartir en la calle, que es venta ilegal y todo el rollo. Entonces eso nos preocupaba un montón. Más que por nosotras por las productoras que en un momento dado pueden venir pues yo qué sé, que le puede buscar un marrón a alguien. Entonces lo del Quiñón fue súper fácil, desde el principio nos organizamos así y yo creo que han cambiado poco las cosas.
E3	Consumidor grupo Quiñón	Miedo a la reproducción de los errores cometidos en otras experiencia	La verdad es que yo me dejé llevar porque no... Y al principio existía alguna reunión pero la verdad es que, como estaba poco... pues ya saturado de historias de estas...
E4	Consumidor grupo Rabanales		Pero también porque son personas que, con bagajes muy diversos. Si hay personas que llevan toda su vida trabajando en... o... en toda su vida de militancia, con éxitos, fracasos, y que eso digamos que les condiciona a la hora de afrontar este nuevo proyecto, ¿no?. Creo

			que es algo positivo por un lado porque la experiencia siempre es enriquecedora, y siempre te da un grado, pero creo que por otro lado es negativo porque dentro de esos éxitos y fracasos vienen muchos de los miedos que se están volcando en el proceso, y creo que no favorece.
E3	Consumidor grupo Quiñón	Sobrecarga de algunas personas / falta reparto de tareas	según mi experiencia esto siempre lo acaba sosteniendo dos, tres, cuatro, cinco o seis personas, no más... esa es mi experiencia y a lo mejor me equivoco y ojalá. Entonces para que te compense tienes que tener o mucho entusiasmo o que te interese de forma práctica,
E8	Consumidora Amaranto		nos hemos encontrado con que cuando esto se ha organizado de otra manera en la Red y ya requería un trabajo porque ya eran muchos productos para muy pocas personas organizando en la Acequia, y la Acequia éramos cien personas, consumiendo igual cuarenta o cincuenta, pero bueno, ya era suficiente.
E8	Consumidora Amaranto		Evidentemente, en el momento en que no haya una militancia abnegada pues no va, porque la mayoría de la gente no quiere.
E3	Consumidor grupo Quiñón	Miedo a convertirse en un club exclusivo	Entonces ahí es donde tenemos creo esas diferencias, aquí la gente prioriza que el producto... bueno, bien está que después digamos vale, productos ecológicos y pongamos una escala de prioridades que tengan que cumplir ese producto, pero claro, si priorizas que la relación con el productor sea intensa, sea personal, sea casi , casi mística (risas), ya por exagerar, pues es fácil que nos quedemos en un grupito, en un club, que tenemos nuestras huertecitas e intercambiamos cosas...
E4	Consumidor grupo Rabanales	Miedo a convertirse en mera distribuidora	A lo mejor para una persona que no se esté pegando ese curro pues.. y que sólo quiera conseguir productos más baratos pues está muy bien, ¿no?, porque no se pega el trabajo, otros lo hacen por él, y tiene productos baratos.

			<p>Simplemente le llega ahí una listita de la que hace el pedido. Claro, eso no, eso no se puede, no se puede permitir que exista.</p>
E1	Productor Pan		<p>No queremos ser distribuidores de productos, ni un gran almacén que distribuya un montón de productos y encima gratuitamente, como si fuese una ONG de la alimentación, sino que... pues no sé que ese debate afiance qué relaciones queremos cuando hablamos de productores y consumidores, que surjan ciertas cosas, que surjan las opciones trueque, las opciones aval, pero no de aval como pasó en la última reunión, que el avalar un proyecto era que alguien hablase bien de él, no, no, de avalar ciertos proyectos que sean necesarios.</p>
E8	Consumidora Amaranto		<p>Tampoco quiero que esto se convierta como en algunos momentos hemos dicho, en una distribuidora. O sea, mi tiempo libre yo no lo voy a dedicar a distribuir para que haya un margen de beneficio para el productor y que no se lo lleven las intermediarias, pero al final eso lo estamos haciendo porque hay gente que trabajamos gratis (...) Creo que tampoco es esa la manera, porque nos vamos a quemar y no es sostenible.</p>
E7	Productora huevos y aceite		<p>Pero también hay consumidores que solo ven precio y calidad, y punto, ya está, y oportunidades de se lo llevo a la puerta y es súper cómodo. Y entonces yo eso no lo quiero, aunque pidan mucho, me da igual.</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales	<p>Riesgos para los productores sin el compromiso de los consumidores</p>	<p>es muy cierto que el riesgo que asume un productor no es el mismo que el que asume un consumidor. Para mí es muy cómodo si esto mañana se parara, o si mañana no hay cierto producto yo podría comprarlo en la tienda, pero un productor con el que te estás vinculando y con el que te estás comprometiendo realmente su vida puede depender de este proyecto, ¿no?. Si invierte energía y rompe digamos con una forma para meterse en otra, realmente está asumiendo un riesgo importante, que eso es algo a valorar y que no ha salido en las asambleas, ¿no?</p>

E8	Consumidora		en el tema de los compromisos, pues un poco lo que se está hablando hay cosas que a lo mejor no nos vamos a comprometer porque están sujetos a mucha variabilidad o así, pero vamos prácticamente yo creo que en todo podríamos comprometernos a un mínimo de consumo.
E7	Productora huevos y aceite		Pero imagínate que entra algún hortelano que es la época fuerte del tirón, y ya estamos hablando de parar las reuniones, porque la gente nos vamos de Córdoba, y esto se debería de ver de alguna forma sobre todo para el hortelano que entre de verano. A ver, si yo sé que cuento con las personas que sean de consumidores y ahora en verano se para todo. ¿qué hago yo? Que esto también pasó con la Granjuela el año pasado que es el momento fuerte de huerta, ¿y ahora qué hacemos? Entonces yo eso creo que no, que aunque sea verano debemos tener un... una responsabilidad, un compromiso de consumo. Y si nos vamos, pues yo qué sé.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Heterogeneidad	Creo también pues que hay posturas... no sé, que se pueden encontrar, creo, pero que ahora mismo están un poco, un poco lejos, parece.
E1	Productor Pan		la importancia que no pueda venir cualquiera con una empresa ya montada, con una producción altísima de lo que sea, sea aceite o lo que sea, y a absorber una Red como la nuestra, que sería súperfácil.
E7	Productora huevos y aceite	Miedo al oportunismo	porque esto en realidad llega en un momento como está ahora mismo la gente, puede aparecer gente oportunista, que puede decir, pues es que aquí hay una salida, tenemos un cacho de tierra, estamos sin trabajo, pues aquí hay una salida de productos, además más caro de lo que se está vendiendo y todo el beneficio para mí, que no se va a llevar nada nadie, sino que va a ser todo para mí.
E7	Productora huevos y aceite		Yo tengo un miedo que es lo que te he dicho, o sea lo del tema de oportunidad. Y el tema de eso,

			productores que se acerquen y que realmente no tengan ni conciencia de lo que hablamos en la Red, de qué es lo ecológico (...)Entonces claro, me da un poco de miedo de eso, de gente que se presente por oportunidad y por dar salida a un producto y sin conciencia de todo lo que implica esto
E8	Consumidora Amaranto	Estructuras y organización complejas	No sé, que todo esto nos complicamos un montón la vida y lo que tendríamos que ir es a la simplicidad para todo, todo más simple para que todo sea muy fácil, para que todo vaya muy bien. Porque es que como nos compliquemos al final nos quemamos.
E8	Consumidora	Logística	En el tema de logística, de transporte, deberíamos unificar, buscar unificar, porque no tiene mucho sentido que vengan de la Granjuela a traer cuatro botes de setas, no tiene sentido ninguno. Y no sé cómo, pero creo que podríamos hacerlo, o sea, tendríamos que escurrirnos el cerebro un poco, pero creo que deberíamos unificar.

#### 4. LA RCP COMO PROCESO DE TRANSICIÓN SOCIAL AGROECOLÓGICA

CUESTIONES RELACIONADAS CON EL CONTEXTO			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Contexto urbano facilitador	Hombre, yo pienso que las grandes ciudades siempre es mucho más fácil que este tipo.. porque si algún ritmo te imprime fuerte, es la gran ciudad. En la gran ciudad no tienes tiempo más que para mal comer, comida basura, compra rápida de supermercado, abusan de fritos, de cocina ya elaborada... Entonces en la ciudad también hay universidad y con perdón de la expresión, más cultura, más relación, más abierta que en el caso, te hablo desde la perspectiva, no sé en otros pueblos de España, la perspectiva mía en Almuñécar (...)Y en Córdoba pues claro, está el ISEC y hay muchos chavalitos y chavalitas que están trabajando

			temas agrícolas y tal y entonces pues claro están muy concienciados. Y eso en un pueblo pues es muy difícil.
E5	Productor de aguacates	Contraste con otras realidades	No sé si ha habido a lo mejor así a nivel nacional, si ha habido alguna reunión o algo, pero se podría incluso a lo mejor, no ahora sino más adelante, se podría ver y hacer un encuentro de grupos, no solo de aquí de Córdoba, sino de Córdoba, de Sevilla, de Barcelona, del País Vasco... Y poner en la mesa cuáles son las... cómo lo gestiona cada uno, qué intereses tienen, qué filosofía tienen, comparar por qué unos se dedican de una forma y otros a otras...
E4	Consumidor grupo Rabanales	Entorno propicio	yo creo que el que surja en Córdoba por ejemplo, o las causas por las que ha surgido en Córdoba, creo que no son casuales. Si miras las primeras personas que forman parte de la Red, pues son gente del ISEC, gente de la Acequia, gente de... de un entorno asociativo potente que existe en Córdoba, ¿no?, de personas que están en ese proceso y que están trabajando para que ese cambio se produzca (...)yo creo que la Red es como una herramienta, es un nexo de unión entre esas personas que lo están haciendo ya, ¿no?, y el resto de personas que queremos hacerlo y que aún no lo hemos hecho, y personas que a lo mejor pues no se lo han planteado tampoco, ¿no?. Es como un nexo de unión (...)la red sí que favorece que tenga un impacto, ¿no?, un efecto de contagio, digamos hacia otras personas, o bien que se lo habían cuestionado pero que no tenían las herramientas, o bien a personas que no se lo habían cuestionado, y que se lo empiezan a cuestionar a raíz de eso.
E61	Consumidora la Grama		Porque había un caldo de cultivo ahí... hay mucho tejido social, había muchos grupos ya hechos.
E7	Productora huevos y aceite		yo creo que ahí siempre ha habido un grupo de personas que se han movido por la escuela de agrónomos y montes, que también llegaba mucha gente de

			<p>medioambiente, pero como teníamos el espacio pues empezó allí. Y yo creo que esa gente empezó a levantar un movimiento, en producción ecológica. Yo creo que el tema de que esté eso la escuela de agrónomos, la asignatura de agricultura ecológica, y que entren alumnos y vean eso yo creo que influye (...).Entonces salió el grupo de la Acequia que sugirió por iniciativa de dos personas, tres, que ha movido a un montón de gente, por otro lado salió lo de Rehuerta, en fin. Y digo, ¿tanta gente...? Yo me quedé flipada, porque yo vi los inicios de la Acequia.</p> <p>como Córdoba es tan chica, pues al final todo el mundo coincidimos en los mismos sitios, no sé si nos comentan los otros, y dices, ah, pues esto está bien voy a hacer lo mismo en mi entorno. Tenemos terreno cerca relativamente, es fácil encontrar gente con parcela. También está ahí Alfonso que ha sido un pilar importante yo supongo que Almocafre, de alguna forma o de otra también cuando empezó, sus orígenes, creo que también ha impactado bastante en Córdoba, porque así asociación colectivo que haya empezado arrancando creo que tienen...</p>
E2	Consumidora Alacena	Relaciones directas	<p>a través de contactos directos de gente, pues como que se fue ampliando y se elaboró entre varios proyectos, o sea, el nuestro por un lado, la Acequia por otro, otros grupos de consumo que también eran productores, y se empezó a hacer eso, entonces se consiguió hacer una reunión con un montón de productores de los cuales nos quedamos un poco alucinados</p>
E2	Consumidora Alacena	Multimilitancia	<p>y a parte está la multimilitancia, de cada uno de nosotros, lo cual dificulta por un lado, ayuda por otro, porque tenemos muchos más contactos y más comunicación con otras cosas, y como lazos con otros vínculos y otros proyectos, pero por otro lado también dificulta nuestros encuentros y nuestras</p>

			decisiones, en algunas ocasiones, que nos cuesta ponernos de acuerdo. Más que ponernos de acuerdo nos cuesta encontrar espacios donde ponernos de acuerdo, ¿no?, en espacio y tiempo.
E8	Consumidora Amaranto	Crecimiento en los últimos años (efecto replicador)	yo recuerdo cuando llegué que no había, en torno al consumo, la única alternativa era Almocafre. Y yo que ha sido en estos últimos 5 o 6 años, yo creo que la Acequia ahí ha tenido mucho, claro la Acequia, se organiza la Rehuerta, la Rehuerta organiza a un montón de gente que también empieza a... Yo creo que no sabemos cuando ponemos en marcha algo, a donde pueden llegar los tentáculos y es increíble en los últimos años la cantidad de gente que se está organizando en torno a la comida. Entre la Acequia, la Rehuerta y... así cositas así. De ahí empiezan a aparecer un montón de cosas que nunca había habido. Los cenadores de Juan, el grupo de consumo, tal...
E8	Consumidora Amaranto	Poco aprovechamiento del entorno propicio	lo que a mí me alucina es que en Córdoba no hubiese más. Dicen un poco gente que el rollo de que haya tantas huertas alrededor, hacía que la gente pues no se preocupara tanto porque todo el mundo tenía un abuelo, padres, que tenían huerta (...)la pena es que con todo el espacio rural que tiene Córdoba no haya más y se esté perdiendo tanto.

ALTERNATIVA POSIBLE			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Alternativa al certificado ecológico oficial	Porque con los grupos de consumo, cuando hay esa confianza entre el productor y los consumidores, no sería necesario, pero claro, si tienes más producción y tienes que sacarlo por otros canales y entonces es donde el certificado sí te ayuda.
E62	Consumidor La Grama		Pero nosotros no somos capaces de absorber una producción de una explotación que necesita un sello, o sea, que tenga un sello. Porque fijaros en el caso de Ariza. Ariza decidió certificar porque sabe que



			las parcelas que va a poner de espárrago y de alcachofa, nosotros no nos las vamos a llevar. Y que ellos necesitan venderlas.
E5	Productor de aguacates	Crecimiento como colectivo	es una alternativa real, lo que pasa es que la proporción de crecimiento es mínima porque el sistema precisamente no te enseña a eso, te enseña a que vayas al supermercado, que vayas a los centros, a los grandes almacenes donde ya no solamente puedas comprar sino que puedas comprar, puedas comer, y puedas tener una tarde de ocio, lo que es para el sistema el ocio, el tenernos a todos ahí acorralados en un centro comercial donde puedas hacer todo y tal , ¿no?. Esto es algo que no es individual. Es una cosa que tiene que crecer como colectivo.
E5	Productor de aguacates	Apoyo mutuo. Beneficios para el productor	Hombre, el agricultor, si la mayoría de los agricultores pudieran abastecerse o pudieran abastecer a los grupos de consumo, para ellos sería ideal, porque iban a estar mucho más apoyados, ¿sabes?, cosa que el mercacórdoba o el mercamadrid, no te apoya de ninguna forma, y no estarían tan solos, porque la agricultura es solitaria, a no ser que tengas un proyecto agrícola común entre varios amigos o tal, si no es unitaria, o de unidad familiar, entonces quieras que no son siempre los mismos los que están ahí.
E1	Productor Pan		pero luego poder ir a compartir con el Nakles a Almuñécar y ayudarle a sus faenas, a sus labores con los aguacates pues para nosotros es muy chulo, porque vamos a trabajar, no es por cuestiones económicas, vamos a trabajar porque nos apetece, porque te vamos a echar una mano, hay un intercambio, estamos pagados en aguacates como quién dice, yo que sé, son otras fórmulas.
E7	Productora huevos y aceite		Y sin embargo este tipo de agricultura, primero que es en la que crees, segundo que económicamente es más rentable, y tercero pues que tienes un apoyo.
E5	Productor de aguacates	Alternativa al consumo en grandes	¿En el futuro? ¿Pues que nos podemos abastecer? A mí me

			encantaría, yo cada vez tengo que ir menos al supermercado a comprar, y para mí eso me satisface muchísimo porque sé que lo puedo conseguir todo sin tener que coger e ir a una gran superficie.
E4	Consumidor grupo Rabanales	distribuidoras/al SAAG	Que yo como consumidor recupero el poder, recupero la capacidad de decidir. Recupero humanidad, me aporta humanidad, me aporta el tener a la gente cerca, el ver qué problemática tiene, el entender por qué esto tiene que ser de una manera, por qué esto tiene que ser de otra, porque yo no puedo pagar por un trozo de carne 5 euros, porque realmente eso cuesta 30, aunque el que pague 5 euros venga de argentina y el de 30 venga de aquí al lado. Que hay unos procesos ahí detrás, que hay unas problemáticas, que hay una situación de un sector que está en mi población y que me interesa y que creo que es indispensable, la gente que produce alimentos. U otras cosas necesarias para la vida, creo que es indispensable y que creo que es indispensable que el consumidor sea consciente de la realidades que vive la gente
E4	Consumidor grupo Rabanales		creo que hay que crear la alternativa, que no puedes transformar lo que existe, porque lo que existe tiene unos mecanismos, una estructura muy poderosa y tú la estructura realmente, creo que no se puede cambiar. Creo que hay que crear una estructura paralela, que sirva de cuestionamiento y que sea real. Que sea factible.
E61	Consumidora La Grama		Que te sientes ahí que entre todos hacemos un montón de fuerza. Como que ves que cuando todas esas reuniones y todas esas cosas que haces, todos los productos que se mueven, todo lo que estamos haciendo, yo ahí en realidad es que estamos haciendo un montón con eso, ¿no?. Que es ahí una pequeña revolución, si lo piensas y todas esas personas que estamos comprando, ya no compramos, estamos haciendo esto así, elegimos de dónde, apoyamos proyectos que hacemos que sigan para adelante, ¿no? Eso a mí me

			motiva un montón. Y ves, necesitamos pan, surge alguien que puede hacer pan y que además es su proyecto y gracias a eso puede seguir para adelante.
E5	Productor de aguacates	A nivel local	También tiene que ver la conciencia de cada persona y el ver que estás construyendo un sistema diferente, viable y con unas proyecciones inmensas, a nivel local. A nivel grande, o sea, yo creo que esto no tiene sentido.
E8	Consumidora Amaranto		O sea, a mí me gustaría en un momento dado, mirar para un lado, mirar para otro, y gente de nuestra edad pues que organizadas en cooperativas, en grupos, como sea, estamos tirando para alante. Y ahora, en una situación de crisis, como la que estamos viviendo, para mí es como la única alternativa que nos queda para cambiar cosas a nivel local, porque a nivel global yo creo que los tiros van a lo mejor por otro lado. Pero yo lo que me queda es organizarme a nivel local, porque cuando pegue esto el bombazo lo que nos va a quedar es eso, las redes y estar organizados para que el consumo básico, cotidiano, lo tengamos.
E61	Consumidora La Grama		Yo creo que son alternativas que funcionan a pequeña escala, que es cuando son viables, y que lo suyo es que se replicaran cada vez. Pero yo creo que sí que son viables a pequeña escala.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Replicabilidad	Yo creo que es replicable y lo deseable es que se replique. Creo que todo este tipo de estructuras, tanto la Acequia como la Red de consumo como todos estos colectivos, deben tener un tope digamos entre comillas de personas que pueden participar en él para que sea viable, para que sea factible y sostenible, y para que siga siendo humano.
E62	Consumidor La Grama		Lo que yo quería comentar era que las redes a pequeña escala, absorbiesen productores a pequeña escala. Pero que fuesen, o sea, que un productor, que a lo mejor nuestro grupo de consumidores no debiese crecer más, pero que se hiciese otro grupo y que englobase a los

			<p>mismos productores, o a productores... ¿sabéis lo que...? Por ejemplo, pues que aprovechar que... en lugar de que entrasen más grupos de consumo a esta red, pudiese haber como una red paralela, que tuviese algunos de los productores que tenemos..</p>
E4	Consumidor grupo Rabanales	<p>Revalorización y apoyo a oficios que se pierden y nuevos proyectos</p>	<p>si no la mayoría de los productores que hay en la Red no son, a excepción de la carne, me parece, no son productores digamos de toda la vida, que hayan heredado ese oficio, o esa.. de sus padres, sino que la mayoría son gente que ha asumido un papel ante una posible demanda o ante un posible proceso, han adoptado ese papel de algo que ha desaparecido, que no existe. Realmente si no existiera pan como el de E1, qué pequeño panadero hay, que haga su propio pan en Córdoba... nadie. Entonces ese vacío que están dejando los pequeños productores se está rellenando realmente.</p>
E7	Productora huevos y aceite		<p>Me parecen proyectos que son en los que yo me gustaría que estas cosas deben funcionar. Entonces pues creo que oye, están saliendo proyectos chulos.</p>
E1	Productor Pan		<p>Por ejemplo, tenemos una carencia, hay gente que quiere currar y no tienen como, vamos a apoyar un proyecto pero económicamente. O sea, que surjan otras maneras de relacionarnos y que sea directa, que la podamos plantear nosotros y que la echemos para adelante nosotros. Entonces sí que ahí veo que el trabajo que estamos haciendo de alguna forma sí que puede dar unos resultados bastante importantes, ¿no?.</p>
E1	Productor Pan	<p>Alternativa económica para los/las productores/as</p>	<p>entonces como alternativa al mundo económico que vivimos ahora lo veo un poco difícil, a no ser que sea esa propia gente la que se preocupe un poco de, ya no sólo de buscar a los productores, sino de vamos a hacer lo que esté en nuestras manos, y en nuestras manos todavía hay muchas cosas que podemos hacer. Y luego en cuanto a grupos como el nuestro o como otros que están en el campo, pues desde luego que está siendo,</p>

			<p>no es que si pudiese ser, sino que está siendo una manera con la que nosotros no tenemos que plantearnos o yo no me tengo que plantear buscar el trabajo en la ciudad, o buscar un trabajo, sino que de alguna forma escucho lo que una red como esta quiere y hago lo que puedo, hago lo que sé, hago lo que me apetece un poco.</p>
E1	Productor Pan		<p>La Red, estas redes dan lugar a que unas mujeres que estén en paro, o nosotros que teníamos ningún oficio, ningún beneficio, pues de repente nos pongamos a currar y a hacer una cosa que la Red demanda y que de otra nos ayuda a sobrevivir. No sacamos grandes sueldos, vale, pero cubrimos nuestras necesidades básicas, cubrimos el techo, cubrimos la alimentación y ya para mí eso es todo un avance.</p>
E61	Consumidora La Grama		<p>yo creo que para pequeños productores es su salida, porque tienen ahí como unos consumidores fijos que les aseguran que les van a comprar la producción y que además se sienten apoyados por ellos, ¿no?, porque el mercado si no, los pequeños productores no tienen nada que hacer ahora mismo. Yo creo que por ahí sí, y más en sitios donde el campo está cerca de la ciudad, que también es viable la conexión</p>
E8	Consumidora Amaranto	<p>Alternativa si existen compromisos</p>	<p>Y la red yo creo que propicia que alguien se pueda poner a producir algo, lo que pasa es que todo tiene que ver con los compromisos, si vemos que hay gente comprometida, con ganas, pues tú puedes hacer una valoración de qué esfuerzo le vas a meter a un proyecto con las salidas que vaya a tener. La mayoría de la gente no se arriesga a producir cosas porque no le merece la pena porque no sabe cómo le va a salir y los que están produciendo de verdad con un sello y no se cuanto, es que le merece el sello porque así tiene salida en Almocafre, en Ortigas en Sevilla... entonces esto es una alternativa, yo creo que es una alternativa pero nos tenemos que mover mucho para buscar</p>

			productores y productoras, productos y consumidores. Esto tiene que aumentar de consumo, porque somos muy poquitas ahora mismo consumiendo.
E8	Consumidora Amaranto		eso produce un montón de naranjas, pero a ver cuántas naranjas somos capaces de consumir. Claro, ya es que como bueno venga, hacemos la transformación, en ese tiempo te las compramos nosotros, tú le vas ganando pero bueno, sacas también el certificado de agricultura ecológica y por lo menos a lo mejor a ver si lo podemos meter en Almocafre o en no sé qué, pero es un riesgo también.

POTENCIALIDADES			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Crear otro tipo de canales	que no sabemos, que hasta ahora no nos hemos preguntado tampoco en muchos de los casos cómo es de rentable a cada uno. Entonces también esta la parte de que si necesitamos a lo mejor darle una mayor rentabilidad a un producto, porque no sale lo suficiente o tal, o está desanimado, o tal, pues bueno, pues se pueden ver canales, otros canales... no tienes por qué solamente distribuir a la Red. Necesitas más, ves que con la Red no te es suficiente, bueno pues vamos a ver qué canales podemos utilizar para vender y que eso forma parte del proyecto también de la Red, ¿no? Puede ser pues desde hacer mercados o un mercadillo itinerante o... no sé. Tendríamos que verlo...
E5	Productor de aguacates	Creación de empleo y apostar por nuevos proyectos	lo ideal sería que tuviéramos productores y que pudiéramos ser autosostenibles entre todos, pero es que eso es ahora mismo imposible, entonces pues vamos a intentar de la mejor forma posible pues eso, pues los productores que estamos intentar tirar de esto para adelante, de los consumidores, crear a lo mejor atendiendo a las necesidades, pues a lo mejor se puede crear de alguien de la Red que esté lo suficientemente motivado como para dedicarse a

		<p>producir una cosa, un producto y ya está dentro de la Red. Es una forma de crear también empleo.</p>
E2	Consumidora Alacena	<p>Yo creo que tiene un futuro de autogestión, ¿no?, que las personas que participan en él, de autogestión en el consumo, por lo menos en el consumo de los productos que se pueden optar a través de esta Red. Y también de modos, de mecanismos, de vida por decirlo de alguna forma, de ser más conscientes, ¿no?, de las posibilidades que hay, y también yo creo que esto de alguna manera va a generar también otro abanico de posibilidades, porque se van a ver necesidades a lo mejor que antes no se veían tan palpables y eso va a generar también nuevas motivaciones, o incentivos para abarcar nuevos proyectos, ya sea desde gente que está participando directamente en la Red o en el grupo, o gente que está vinculada a este tipo de movimientos que va a haber también una oportunidad, ¿no?, de apoyo a esos proyectos , ¿no?, me parece que es una posibilidad que abre nuevas posibilidades.</p>
E2	Consumidora Alacena	<p>es un proyecto que puede abrir nuevas posibilidades y nuevos recursos a personas que en estos momentos se están planteando que su vida laboral no le satisface y que este tipo de vida laboral le gustaría mucho más o le hubiera gustado mucho más, y que ahora tienen la posibilidad de con un respaldo además de un grupo de personas, lo apoyaría en ese aspecto, económicamente porque iban a apoyarlo en ese proyecto, puede empezar con esa iniciativa</p>
E8	Consumidora Amaranto	<p>pero hay que estar, hay que acompañar, hay que asesorar, hay que darle mucha confianza, pues porque son gente que no viene de nuestra lógica, viene pues, o son gente que de chicos han vivido de una manera, que la revolución industrial les vino a lo bestia y se abrazaron a eso, que el mercado ahora les está dando la patada, y esa es la gente que ahora puede transformarse. Y además son la</p>

			gente que tiene el conocimiento, que esa es la historia.
E4	Consumidor grupo Rabanales		pero la verdad es que si yo vaciara la red de todo ese contenido transformador que creo que tiene, o de toda esa potencialidad, para mí no tendría sentido dedicarle el tiempo que le dedico, el tiempo que le dedican muchas personas. Para eso... es verdad que tendríamos productos más baratos, pero quizás yo preferiría pagar un poco más e ir a una tienda a comprarlos, y no pegarnos el currazo que supone en temas de logística, etc.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Capacidad de transformar la realidad	Realmente es un, es más que una Red de productores y consumidores entendido la producción y el consumo como se entiende en el modelo convencional de relacionarse. Pero por otra parte, sí que entiendo que la acción de consumir es el nexo de unión, ¿no?. Entonces creo que realmente es el motor. Es el motor, aunque no sea lo prioritario, lo prioritario es lo que ese motor provoca o permite, que es el proceso de transformación. Pero realmente la actividad del consumo es lo que nos ha hecho unirnos y lo que nos ha hecho empezar a andar.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Transformación de relaciones y espacios de poder	Si te sales de la estructura y creas un espacio alternativo, que empodere, como está sucediendo con la red, realmente ahí sí estás transformando. Y creo que la Red a nivel personal también, me aporta ese, esa capacidad de decisión y ese poder que creo que pierdo en el sistema convencional
E4	Consumidor grupo Rabanales	Transformar sistemas de precios	Es que yo le estuve dando vueltas a eso, porque me parece algo muy importante, porque me parece el mecanismo de formación de los precios, es como la base de nuestro modelo, ¿no?, la ley de oferta y demanda, pero realmente aquí, creo que parte de ese proceso transformador es eso, ¿no?, el establecimiento de los precios y por qué no vincular al consumidor en el establecimiento de ese precio, viendo la manera que tiene de producir esa persona, y viendo que realmente es necesario que tenga ese precio.



CUESTIONAMIENTOS			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Búsqueda de canales de comercialización no convencionales	Cuando tengo más producción de la que pueden absorber los grupos de consumo, no me queda más remedio que sacarlo a una mercado, que no es el normal, hay un intermediario de por medio, pero dentro de ese mercado pues es lo más honesto hasta ahora que he encontrado, porque esa persona pues bueno, los compra a un precio razonable.
E5	Productor de aguacates	Establecimiento de precios	Porque si tú coges y si yo le sirvo aguacates y resulta que tú coges y ese aguacate, que es lo que la mayoría de las veces hacen las tiendas, los márgenes que tienen, es que duplican el precio del producto, yo no voy a entrar en si es rentable o no, pero lo que no es rentable es a la familia, al consumidor que lo adquiere. Entonces reconozco que tienes que tener, el convenio que yo tengo con ella es que le aplica un margen de beneficio, pero ese margen no puede ser el doble del producto (...)A mí me gustaría que las tiendas, pues bueno reciba unos márgenes, pero si el intermediario dobla el precio del producto y luego la tienda lo dobla también, el consumidor siempre va a pensar que el producto ecológico es carísimo.
E4	Consumidor grupo Rabanales		Ese proceso de reducción de costes ha sido el que ha llevado a la transformación de nuestro modelo, ¿no?, que no nos gusta. Entonces tú no puedes realizar esa presión, el productor tiene que poder poner el precio que considere justo para su producto. También el consumidor creo que tiene que ser partícipe, no sólo ya para poder decidir sino para realmente tener esa información que le permita respetar ese precio...
E5	Productor de aguacates	Sistema de certificación y sistema de subvenciones	Que es un rollo, o sea, el proceso de certificación, el control, el tema de las ayudas, todo eso es realmente para coger y decir mira, no quiero saber, meteros el

			<p>certificado por donde os quepa, las subvenciones por donde os quepan, porque todo al final pues son o empresas privadas las certificadoras con ayudas del Estado, o el tema de las ayudas son también ayudas que las concede el Estado, pero que a través de entidades colaboradoras, y estás un poco a su merced, porque claro si en una campaña la persona que coge y que es, que te hace esa solicitud de ayuda pues no la realiza bien, luego tú tienes problemas y claro, el Estado no quiere saber si es culpa tuya, si no es culpa tuya, eso es que caes al final, tú estás ahí a lo que ellos digan y te puedes quedar sin cobrar una subvención</p>
E62	Consumidor La Grama		<p>para mí, la certificación en ecológico no tiene tanto valor como lo que pueda hacer, pues yo que sé... por ejemplo, estas patatas son de Manolo Páez, de aquí de mi pueblo, un tío que tiene 70 años y él las cultiva y hace poco le llevé de las nuestras y ahora nos da estas y, pues no son ecológicas porque no están certificadas, pero dice, "hombre las mías son más grandes que las tuyas porque me he meao en ellas" (risas), tampoco le echa abono ni le echa nada, pero yo que sé tía, que lo del ecológico pues ya tenemos aquí cercanas muchas explotaciones en ecológico, que les llaman, y yo he ido allí y cuando ves, yo que sé, cuatro hectáreas, de naranjos, es que esto es ecológico, montado en caballones, además y... que luego exportan y que aquí no dejan nada, pues tío, es que no estás aportando nada, estás destruyendo. Y a mí, yo no creo en ese modelo ecológico.</p>
E5	Productor de aguacates	<p>Trabajar en colectividad /otro tipo de relaciones consumidores- productores</p>	<p>Es otra de las cosas de las que el sistema, pues no te enseña, cuanto menos te relaciones socialmente, cuanto menos reivindiques una serie de cosas, derechos y tal, pues menos problemas que tiene el Estado. Y en este tipo de cosas es donde salen, en este tipo de grupos es donde salen, ya no solamente eso,</p>

			sino salen temas agrícolas pero también hay temas laborales, temas de cooperación, hay muchas líneas que se te abren dentro de un grupo de consumo de alimentos, ¿sabes?
E4	Consumidor grupo Rabanales		si lo miro en el plano personal a mí me provoca eso, me provoca un cuestionamiento personal de mi manera de, de relacionarme con productores y con otros consumidores también
E8	Consumidora Amaranto		que la gente se mueve por otros intereses, que los puramente individuales, económicos, no sé.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Proceso transformador	Todos personalmente podemos tener, y tenemos de hecho incoherencias, que no pasa nada, es natural, pero no hay por qué verterlas sobre un proceso creativo que intentamos que aspire a ser transformador, ¿no?. Y creo que luego ahí debe haber otros criterios pues que también los hemos ido diciendo, como son que debe existir una perspectiva, si no de primeras, que haya un proceso de acercamiento, de integración, de participación en el proceso, de transformación en ese proceso.
E4	Consumidor grupo Rabanales	El consumo como punto de partida para cuestionarse otras cosas	Entonces yo creo que es un proceso muy largo, de cuestionamiento de muchas cosas, y que en ese proceso está la base, que es la actividad, que es comprar productos que consumir, pero eso no es más que el motor para todo lo demás, que es que... o sea ahora mismo hemos hablado de un par de cosas que son muy importantes pero es que hay muchas más, que irán saliendo, ¿no?, que ahora no tenemos en mente pero que llegamos a ese punto y decimos "oye, que esto no lo habíamos pensado y también habrá que abordarlo".
E1	Productor Pan	Otras formas de intercambio	nosotros la manera que tenemos o que intentamos conseguir las cosas que no tenemos es el trueque, o mediante eso, que sea compra directa a poder ser. No vamos a dejar de visitar a los supermercados, a lo mejor, pero sí que lo intentamos evitar. Yo lo intento evitar todo lo que puedo.
E8	Consumidora	Distanciamiento	Y bueno a mí todo esto también

	Amaranto	campo-ciudad	me da mucho que pensar en la distancia que hay entre el campo y la ciudad, ¿no?, que es que no sabemos lo que hay en la Carlota, no sabemos lo que hay en Posadas, y a poco que hurgues un poquito hay gente, hay gente haciendo cositas, produciendo, en pequeñito, queriendo salir para adelante.
E62	Consumidor La Grama	Sistema financiero y agroindustrial	tener que depender por ejemplo el tema del pan, joder, se ha montado una panadería y no tenemos registro sanitario, es que no lo tenemos, es que nos da igual, ¿sabes?, yo quiero consumir de esto. Compramos queso y este hombre pues puede tener una quesería y no tiene que pagar 20 millones de pesetas que es lo que vale montar una quesería... legal. Que nosotros para emprender un proyecto no necesitamos o por lo menos los que se han emprendido entre todos hasta ahora, no hemos tenido que entrar a un banco. Pues a mí eso personalmente me parece muy importante.
E7	Productora huevos y aceite	Sociedad de consumo	Que creo que estamos en una sociedad de consumo tan disparatada y tan perdidos porque no sabes qué te estás comiendo, y de dónde viene, y los productores están fastidiados porque es que la agricultura está fatal y siempre ha sido así... entonces va llegar un cambio, va a llegar un punto en que esto va a ser insostenible en todos los sentidos. Y si hay un cambio, que lo veo factible es que cambie así.

PROCESO DE REFLEXIÓN			
NOMBRE	PERFIL	CATEGORÍA	TEXTO DE REFERENCIA
E5	Productor de aguacates	Compartir expectativas y motivaciones/ Madurar en colectivo	porque cada uno pone sus objetivos y lo que piensa sobre la mesa. Hasta ahora lo hemos hecho así un poco de juntarnos y tal pero sin saber cuáles son las expectativas de cada uno, por qué uno se mete a producir hortalizas o se mete a producir huevos, si es porque de momento sale del paso porque le gusta o cuáles son sus expectativas de futuro de cada uno, y sobre todo como le gustaría a cada uno que

			esto funcionara.
E1	Productor Pan		pues el trabajo que estamos haciendo ahora me parece muy importante. Pararnos a ver qué es lo que queremos, qué no queremos, y no dejarnos llevar ahí por inercia a ver dónde acabamos. Sino pararnos un poquito, hacer un poco de análisis del tiempo que llevamos, y sobre todo ver qué es lo que nos apetece y qué es lo que no nos apetece, que yo creo que es fundamental.
E1	Productor Pan		pues no sé que ese debate afiance qué relaciones queremos cuando hablamos de productores y consumidores, que surjan ciertas cosas, que surjan las opciones trueque, las opciones aval, pero no de aval como pasó en la última reunión, que el avalar un proyecto era que alguien hablase bien de él, no, no, de avalar ciertos proyectos que sean necesarios.
E8	Consumidora Amaranto		lo veo importante para seguir palante, pero sobre todo porque veo que en los procesos estos muchas veces cuando vamos muy rápido hay gente que nos lo creemos mucho y vamos, vamos, vamos, vamos, en el camino se va quedando la gente un poco como "ah, vale, sí pero no me entero bien, pero venga vale...", y cuando pasan dos años, la gente no lo ha madurado y esos son la típica gente que en un momento dado pues se quitan, se cansan, no sé qué. Yo creo que esto tiene que estar muy madura y todo el rato a cada pasito que sea lento, que sea muy consensuado, que la gente lo tenga súperclaro y que parta de un consenso, de algo muy, muy madurado. Y pararnos, que yo creo que esto ha ido rápido y nos tenemos que parar a vernos, donde estamos...
E62	Consumidor La Grama		Yo he visto ahí que las últimos dos o tres reuniones que llevamos, ya estoy viendo conciencia de grupo, cosa que a mí eso me hacía falta, porque entonces qué estamos haciendo aquí.
E61 y E62	Consumidores la Grama		A. Yo creo que... vamos, que nos ha ayudado un montón. Que lo necesitábamos, que la Red

			<p>necesitaba ese proceso de reflexión y el hecho de que hayas venido tú ahí...</p> <p>M. Yo creo que ha sido clave, en serio</p> <p>A. (...) y yo creo que han hecho sentar cosas que ya estaban circulando, pero que no había manera de asentarlas ni de establecerlas, ni de nada.</p>
E61	Consumidora La Grama		<p>Eso que te sientes grupo, que lo sentimos. Cuando alguien habla ya ves ahí que es eso, que es lo que todos pensamos, que todos estamos de acuerdo en una serie de cosas.</p>
E7	Productora huevos y aceite		<p>Entonces la gente que ahora mismo estamos tirando del carro, que somos los que hemos empezado y que prácticamente somos los que estamos yendo a las reuniones, o lo tenemos muy claro, y para eso está sirviendo esto, y machacamos mucho sobre eso.</p>
E7	Productora huevos y aceite		<p>yo veo lo de la reflexión, lo que veo súper importante es eso, que tengamos todos claro, aunque luego haya diferencias que no afecten directamente a la Red, pero lo principal, por qué estamos, por qué lo hacemos y cómo lo queremos hacer, súper claro, aunque se cambie y todos estemos de acuerdo en que se cambie.</p>
E5	Productor de aguacates		<p>Lo que hay que tenerlo más o menos claro, que esto es nuevo, para mí no tengo ni idea, de cómo gestionar la Red, lo que sí tengo claro es cómo me gustaría y cómo me gusta participar y qué me gustaría obtener de la Red</p>
E2	Consumidora Alacena	<p>Aprender sobre cómo gestionar la Red. Reto</p>	<p>entonces yo creo que un poco nos estamos coordinando y estamos también aprendiendo a trabajar de otras maneras, porque no sé, es nuevo, ¿no?, todo esto para, por lo menos para mí, y bueno, para muchos de los que estamos son formas nuevas, no es algo que tengamos la experiencia, que ya sepamos, que estamos ahí la sistematización de puta madre, sino que tenemos que aprender haciendo, ¿no?. Y no sé, yo creo que está funcionando, ahí, que es un proceso lento y paciencia. Pero no sé yo creo que estamos también</p>

			motivados
E3	Consumidor grupo Quiñón	Miedo a la ralentización del proceso	Lo que pasa es que se empiezan a dar vueltas y vueltas... Es que a veces en las reuniones uno acaba no dando su opinión, sino imponiendo un poco su opinión. Y nuestro ego pues funciona a otros niveles y entonces... yo creo que deberíamos pues exponer nuestra opinión y callarnos. Y después hacer una rueda y al final pues levantar la mano. Decir estas son las opciones. Y punto, y se ha acabado. Porque es que si no nos tiramos aquí meses y meses.
E4	Consumidor grupo Rabanales	Básico para la Red	yo es que lo veo, es que este proceso de reflexión lo veo la base de la Red, y me parece indispensable y necesario.
E4	Consumidor grupo Rabanales		Yo creo que eso es ya perpetuo. Que ahora lo vemos como puntual porque estamos trabajando temas fundamentales, como son los criterios de admisión de un producto, un tema como básico, pero después de ese tema hay infinitos temas. La cosa tiende a que siempre tenga que existir ese espacio, y que siempre tenga que existir ese proceso, que no termina nunca, vamos.
E2	Consumidora Alacena	Necesidad de otras reflexiones y trabajos futuros	igual que se está haciendo con los productores se tiene que hacer con los consumidores y que eso también dentro de nuestro propio grupo que ahora mismo nos concierne como consumidores, tenemos que abrir ese debate, y ver esa participación porque si realmente los productores están conviviendo con nuestros requisitos, por decirlo de alguna forma, que son que haya confianza, que pueda ir a visitar los sitios, que tenga un tal, que haya una comunicación, una apertura y demás, también tendría que ser reciproco y para eso tiene que implicar un trabajo del grupo
E8	Consumidora Amaranto		y eso los procesos de garantía yo creo que estaría muy guapo trabajarlo, que sería a lo mejor otra etapa cuando pasemos esto de los compromisos, y tal, pues un compromiso más sería establecer un protocolo de visitas, de acompañamiento a los productores, incluso a gente que está

			empezando pues hacerle un acompañamiento.
E61 y E62	Consumidores la Grama		<p>A. Yo creo que también una reflexión sobre los consumidores, que ha quedado ahí pendiente. Y luego ya ver necesidades de productos, o productores que necesitan o quieren producir algunas cosas, y ver qué es lo que pueden producir. Un poco avanzar por ahí. Pero antes la reflexión de los consumidores...</p> <p>M. Sí, también yo creo que el tema de la estructura interna también de la organización, pues un poco eso, como que yo creo que necesitamos estructurarnos un poquito ahí</p>
E7	Productora huevos y aceite		<p>Y luego pues como funcionamiento sí estoy interesada en las reuniones que definamos, que es lo que comentaba la gente lo que salió Amaranto y todo, de enfocar los grupos, cómo hacer participar a la gente... Yo ahí me pierdo, ¿eh?, y no sé si yo estoy que a lo mejor estoy fallando, en el hecho de yo implicarme o no, el tiempo de reacción de la gente en función de que se impliquen, es que la verdad no lo sé, me gustaría hablarlo entre todos porque no sé cómo yo afrontarlo.</p>
E62	Consumidor La Grama	Momento adecuado	<p>yo creo que el proceso de reflexión llegó ya en un montón que te cagas, llegó en un momento porque yo estaba ya un poco como de que, bueno, avanzamos, no avanzamos, hemos llegado a un punto en el que necesitamos hablar ya de otras cosas...</p>



## ANEXO III

# REUNIONES CON LA RED LOCAL DE CONSUMIDORES/AS Y PRODUCTORES/AS DE CÓRDOBA

## 1er Encuentro: 05/03/2010

**Objetivo:** Presentación de la investigación a la Red de Consumidores y Productores (RCP) de Córdoba.

### **Descripción:**

El día 5 de Marzo asisto a la reunión mensual de la RCP, donde me presento y propongo iniciar un acompañamiento al proceso de reflexión que en estos momentos se está llevando a cabo dentro de la Red, para paralelamente poder realizar mi tesina. Las personas reunidas me dan la bienvenida y se muestran muy interesadas en que alguien externo pueda facilitarles este proceso. Explico resumidamente cuál es mi idea de proyecto, que coincide con muchas de las cuestiones que durante la reunión han ido saliendo y se plantean una serie de puntos sobre los que sería interesante ir trabajando.

### **Desarrollo:**

Se hace explícita la necesidad de la Red de tener claros cuáles son sus objetivos fundamentales. Surge el debate sobre si éstos se relacionan con el cuestionamiento del consumo, de la ecología, de la solidaridad, etc. y la importancia de construir en base a unos principios y criterios que den un sentido político a la Red, de transformación y cambio social. Todo esto se relaciona con la necesidad de reflexionar sobre la entrada de nuevos productos, qué productos, cómo.

En este sentido, se genera una lluvia de ideas sobre los criterios de entrada de los nuevos productos, en los que surge:

- Relaciones directas
- Visitas a las personas productoras por parte del resto de la red
- Reuniones de intercambio y reflexión
- Apoyo a nuevas iniciativas productivas
- Dar entrada a gente que quiere vivir de otro modo.

Se plantea así que se podría generar un sistema propio de confianza (Sistemas Participativos de Garantía), un mecanismo por el cual podríamos establecer criterios que queremos que se respeten en la Red.

A partir del debate se propone crear espacios para facilitar las reflexiones, donde se me abriría un espacio para dinamizar. En este sentido, propongo:

- Facilitar la reflexión y el crecimiento interno del grupo (la investigación como proceso de acompañamiento, empoderamiento y creación de conocimiento).
- Acompañar el proceso.

- Analizar por qué surgen este tipo de propuestas, cuáles son las motivaciones.
- Construir alternativas reproducibles y sostenibles (cómo, cuándo lo son, por qué pueden fallar).

Los puntos claves donde se decide trabajar son:

- La filosofía de la Red (principios/objetivos)
- Analizar las necesidades de la producción y del consumo –encontrar los puntos comunes que den fuerza a la Red (compromisos).
- Establecer los criterios:
  - Admisión de nuevos productos
  - mecanismos de generación de garantía y confianza
  - economía solidaria-apoyo mutuo

## PROPUESTA PARA LA SIGUIENTE REUNIÓN

15:00 hs.: COMIDA

16.30-17:00 hs.: Evaluación del reparto y actualización de la lista de productos.

17:00-17:30 hs: Presentación de los puntos sobre los que se habló en la última reunión que podrían ser interesantes para la reflexión.

17.30-18:00 hs.: Dinámica: lluvia de ideas.

Objetivo: iniciar el tema de discusión sobre algunos de los puntos claves detectados en la última reunión.

Metodología: en grupos pequeños de 4 o 5 personas, se hace una lluvia de ideas para conocer cuál es la percepción de los y las participantes sobre el tema de discusión. Cada persona tiene una tarjeta donde expresa una o dos ideas.

Tema a discutir: **Objetivos de la red:** ¿por qué construimos esta Red? ¿quiénes somos y por qué estamos aquí?

18:00-18.45hs. Las ideas se recogen y agrupan por temas, para después poder pasar a la discusión con todo el grupo. A partir de esta reflexión, ¿podemos establecer unos principios generales de la red?

## **2º Encuentro: 09/04/2010**

**Objetivo:** Iniciar el tema de discusión sobre algunos de los puntos claves detectados en la última reunión.

### **Cuestiones a trabajar:**

En la última reunión se expresó la necesidad de la Red de reflexionar sobre la entrada de nuevos productores y nuevos productos, así como otros temas que se consideraron prioritarios. Para ello, es fundamental partir de unos objetivos claros en los que las personas y grupos que participan en esta red se encuentren representadas. Por ello, esta primera reunión se dedicará a la discusión en torno a los principios y filosofía de la Red. ¿Por qué construimos esta red? ¿quiénes somos y por qué estamos aquí?

**Metodología:** Lluvia de ideas.

En pequeños grupos (3-4 personas) se hace una lluvia de ideas para conocer cuál es la percepción de los y las participantes sobre el tema de discusión. Cada grupo expresa cuáles son los objetivos que considera prioritarios en la Red. Las ideas se recogen y agrupan por temas, para después poder pasar a la discusión con todo el grupo. Esta información será sistematizada y traspasada a toda la Red sirviendo de apoyo para la siguiente reunión.

### **Actividades desarrolladas:**

- Presentación de los puntos claves sobre los que se habló en la reunión anterior.
- Comienzo de la dinámica: reunión en pequeños grupos.
- Puesta en común de los objetivos consensuados en los grupos y recogida de las ideas principales en un papelógrafo.
- Discusión sobre los puntos desarrollados por los grupos.
- Recogida de las ideas principales surgidas en el debate.
- Cierre del debate.

### **Conclusiones:**

Fruto de la lluvia de ideas desarrollada en pequeños grupos surgen dos objetivos fundamentales, en los que todos los grupos confluyen:

## *1. Establecer relaciones más cercanas entre consumidores/as y productores/as.*

Dentro de este objetivo, los distintos grupos aportan ideas más concretas:

- Importancia de la **participación** de todos los grupos (consumidores y productores) en las reuniones.
- Necesidad de establecer vínculos entre consumidores y productores, estableciendo **espacios comunes** (ya sea en las reuniones, ya sea visitando a los productores...).
- Hay que dar prioridad a los **productos cercanos** pero, ¿qué pasa con los otros productos que consumimos y que no podemos obtener de esta manera?
- Es importante el **conocimiento mutuo** (búsqueda de mecanismos que lo permitan).
- Hay que tener en cuenta que se trata de un **proceso** a largo plazo, donde los criterios de confianza son fundamentales.

## *2. Llevar a cabo una transformación y cambio en las relaciones comerciales convencionales.*

En este objetivo, también aparecen elementos concretos en los grupos:

- Importancia del apoyo a proyectos que buscan **estilos de vida diferentes** al criterio que impera en el comercio convencional y que se basan fundamentalmente en la rentabilidad económica.
- Apostar por un **consumo responsable** en su sentido amplio, ya no sólo desde la salud y el respeto al medio ambiente, sino también en criterios sociales y de justicia social.

Todos los grupos se muestran de acuerdo con los objetivos explicitados. Se podría decir que éstos constituyen la “filosofía general” de la Red, siendo objetivos amplios, que en sí mismos abarcan diversas cuestiones y seguramente matices, a la hora de ponerlos en práctica.

Por un lado, hay acuerdo en lo necesario de trabajar para crear relaciones más cercanas entre consumidores y productores. Esto se puede enmarcar dentro de una filosofía que podríamos denominar de “apoyo mutuo” y de cooperación, donde las relaciones entre las personas se consideran más importantes que un simple intercambio de productos. Por otro lado, también se establece un consenso sobre el rechazo a un sistema de intercambios comerciales basado en la lógica del beneficio económico, por parte del productor, y en la lógica de la búsqueda del “precio más barato”, por parte del consumidor.

Más allá del acuerdo alcanzado en cuanto a estos dos objetivos, el debate se genera fundamentalmente alrededor de dos temas más concretos:

- ¿Cómo acceder a productos que no son cercanos y que sin embargo consumimos habitualmente? Por ejemplo, café, legumbres, etc.

- Si los criterios que se introducen en el consumo de la Red son fundamentalmente individuales (salud) y/o medioambientales (ecológicos) o si estos criterios deberían incluir cuestiones sociales y políticas (justicia social, condiciones laborales, transformación de la realidad, relaciones de cercanía, etc.).

De ambas discusiones se extrae una dicotomía fundamental, unida a varios discursos.

**PRINCIPAL DICOTOMÍA: PROPUESTA MÁS ABIERTA A NUEVOS PRODUCTORES/AS VS. PROPUESTA MENOS ABIERTA A NUEVOS PRODUCTORES/AS.**

Principales discursos:

PROPUESTA MÁS ABIERTA	PROPUESTA MENOS ABIERTA
Podríamos tener una lista con todos los productos que consumimos habitualmente, y que cada consumidor/a decida individualmente su posición (si quiere o no consumirlos)	Habría que establecer prioridades y dotar a la red de unos criterios más específicos para la entrada de nuevos productores/productos.
Miedo a la rigidez de los criterios que establezcamos y que nos convirtamos en un “club” exclusivo, que la gente se vaya.	Miedo a convertirnos en una distribuidora de productos ecológicos para que la gente tenga su “nevera llena”.
El criterio de lo “ecológico” y la proximidad productor-consumidor se irá dando.	No sólo son criterios individuales basados en la salud, sino también ambientales, sociales, etc.

PROPUESTA DE AUTOGESTIÓN	Dentro de las propuestas menos abiertas a nuevos productores/as, surge la idea de evolucionar hacia un modelo de autogestión: si dentro de la Red hay gente que quiere empezar a producir, proponer productos que necesitamos y ver si alguien quiere dedicarse a ello.
--------------------------	---

ACERCANDO POSICIONES
Estamos hablando de que se trata de una <b>transición</b> , de un camino, un proceso, por lo tanto, para la entrada de nuevos productores, habrá que establecer unos criterios mínimos que garanticen que, al menos, existe una aproximación a los objetivos consensuados por la Red: crear relaciones más cercanas entre consumidores y productores; y llevar a cabo una transformación y cambio en las relaciones comerciales convencionales.

## **OBJETIVO 1: crear relaciones más cercanas entre consumidores y productores**

### POSIBLES CRITERIOS:

1. Dar prioridad a los siguientes grupos:

- Productores/as que ya participan en la Red.
- Personas dentro de la Red que decidan iniciar una actividad productiva (demandada o no) y que cumpla con los criterios de la Red.
- Proyectos en transición: productores/as que, aunque ahora no participan en la Red, muestran interés por hacerlo.

2. Crear espacios comunes.

- Reuniones celebradas periódicamente en las diferentes fincas.
- Visitas programadas a las fincas.
- Participación de todos los grupos (consumidores y productores) en las reuniones mensuales.

## **OBJETIVO 2: Llevar a cabo una transformación y cambio en las relaciones comerciales convencionales**

### POSIBLES CRITERIOS:

1. Dar prioridad a los proyectos que buscan un estilo de vida diferente, no basados en lo económico como único criterio.

2. Establecer criterios que superen la cuestión individual del consumo ecológico, centrado fundamentalmente en la salud, y que cumplan mínimos acordados en cuanto a los aspectos más sociales y comunitarios de la producción y el consumo.

### CUESTIONES A TRABAJAR:

-¿Qué pasa con los productos que no están en la Red y que consumimos habitualmente?

-¿Cuáles son los criterios mínimos que establece la Red para la entrada de nuevos productos/es?

- ¿Qué necesitamos para evaluar los criterios establecidos?

### PROPUESTA PRÓXIMA REUNIÓN día 7 de mayo

- **Objetivo:** trabajar con la principal dicotomía surgida: entrada o no a nuevos productos según qué criterios.

- **Metodología:**

- Presentación de los resultados de la sistematización.
- Técnica del barómetro. Se plantea al grupo una propuesta de acercamiento entre ambas posiciones (ver más arriba) y se trabaja en el grado de acuerdo/desacuerdo de las personas participantes.
- Lluvia de ideas con los criterios mínimos y cómo evaluarlos.



### 3er Encuentro: 07/05/2010

**Objetivo:** trabajar con la principal dicotomía surgida en la última reunión: entrada o no a nuevos productos según qué criterios.

**Cuestiones a trabajar:** en la última reunión (abril) se debatió sobre la entrada de nuevos productores/as a la red y qué criterios habría que establecer para su entrada. A partir de la discusión surgida, se elaboró un documento sistematizando los principales discursos, y una propuesta de acercamiento entre las posiciones más alejadas. En esta reunión se ha tratado de trabajar con esta propuesta para llegar a consensuar unos criterios mínimos para la Red.

**Metodología:** Técnica del barómetro

Se hace una afirmación y las personas participantes se posicionan en una escala del 0 al 5 según su grado de acuerdo (0=nada de acuerdo; 5=totalmente de acuerdo). A partir de las posiciones expresadas se abre el debate. La afirmación de la que partimos, es una propuesta intermedia a la principal dicotomía surgida en la reunión anterior, una posición más abierta y una posición menos abierta a la entrada de nuevos productos: *“Estamos hablando de que se trata de una **transición**, de un camino, un proceso, por lo tanto, para la entrada de nuevos productores, habrá que establecer unos criterios mínimos que garanticen que, al menos, existe una aproximación a los objetivos consensuados por la Red: crear relaciones más cercanas entre consumidores y productores; y llevar a cabo una transformación y cambio en las relaciones comerciales convencionales”*.

**Actividades desarrolladas:**

- Presentación de los resultados de la sistematización de la reunión anterior.
- Técnica del barómetro. Se plantea al grupo una propuesta de acercamiento entre ambas posiciones y se trabaja en el grado de acuerdo/desacuerdo de las personas participantes.
- Presentación de una serie de criterios en base a la discusión de la reunión anterior y apertura del debate sobre éstos.

**Conclusiones:**

Durante la reunión, surgen diferentes cuestiones que se resumen a continuación:

- Habrá que trabajar dentro de los grupos de consumo para que el debate que se está teniendo en la red pueda estar consensuado o al menos hablado dentro de los grupos.

- Se trata de crear un documento con los criterios que consideramos mínimos a partir de los cuales poder seguir trabajando. Esto no es un documento cerrado, sino una sistematización de las principales aportaciones. Con el tiempo, se podrá seguir debatiendo. Tener en cuenta que las situaciones son muy diferentes, diferentes contextos, diferentes ritmos, recordemos que estamos hablando de un proceso.

- Con la técnica del barómetro, se llega a un consenso sobre la necesidad de establecer esos criterios mínimos, siempre pensando que estamos dentro de un proceso. Se trata de una posición intermedia, que incluye criterios basados en los objetivos prioritarios de la Red.

- Lo fundamental en la Red son las relaciones de confianza, por lo tanto daremos prioridad a una serie de productores:

1. Productores que ya están dentro de la Red y que proponen nuevos productos a la Red.
2. Personas dentro de la Red que deciden poner en marcha un proyecto y la Red les apoya.
3. Proyectos en transición: productores que no están en la Red y que muestran un interés por participar (es aquí fundamentalmente donde entrarían en juego los criterios a tener en cuenta para su entrada)

- ¿Cómo se establecen las relaciones de confianza? Es importante, y aunque sea repetitivo, tener en cuenta que la relación de confianza no se establece de la noche a la mañana. Es un proceso en el que toman parte tanto productores como consumidores. Para ello, es importante:

- La participación en la Red, a través de las reuniones.
- La apertura del lugar donde se produce: bien a través de visitas programadas, bien rotando el lugar de las reuniones mensuales. La toma de contacto entre productores y consumidores afianza las relaciones de confianza y facilita el proceso. También crea un mayor compromiso de la Red hacia los productores, que en un momento determinado pueden tener algún problema que puede ser asumido por todo el grupo.
- El aval que supone que una persona que participe en la Red proponga la entrada de un productor, siempre que cumpla con los criterios que se establezcan.

- Es importante tener en cuenta que la Red se constituye, no sólo para establecer un consumo de productos ecológicos a precios más baratos, sino que uno de los objetivos sería la transformación de las relaciones de intercambio (basadas en términos de rentabilidad exclusivamente). Por ello, es importante, que los proyectos que se apoyen sean acordes a este objetivo.
- Superar la cuestión individual del consumo, según criterios no solo ecológicos, sino también sociales y de cooperación.
- ¿Cuáles serían esos criterios? ¿Qué prioridad tienen unos sobre otros? Habrá que evaluar proyecto por proyecto. ¿Cómo funcionamos?
- Compromiso en cuanto a los precios. Hacer balance de costes entre consumidores y productores. Transparencia y precios justos, que permitan a los productores continuar con el proyecto y que los consumidores puedan asumir. Para ello, los productores también tendrían que establecer qué costes tienen, si es necesario un pedido mínimo para que les sea rentable, establecer precios conjuntos adecuados con productores que están ofreciendo los mismos productos, evaluar cuánto se está produciendo y consumiendo para ver si es necesario que entre otro productor.
- Se podría establecer un protocolo de entrada para nuevos productores: presentarse, rellenar la ficha de productores y acceder a visitas a la finca.

## **PROPUESTA**

Según lo que se expresa en la Red, para la entrada de nuevos productos se establecerían las siguientes prioridades:

- 1º. Productores que ya están dentro de la Red y que proponen nuevos productos a la Red.
- 2º. Personas dentro de la Red que deciden poner en marcha un proyecto y la Red les apoya.
- 3º. Proyectos en transición: productores que no están en la Red y que muestran un interés por participar.
- 4º. ¿Podríamos introducir un cuarto grupo, que sean productores que nos facilitan el acceso a productos básicos que aún no encontramos de forma cercana, sin que cumplan criterios de participación, pero que se acerquen a los otros criterios? La Red seguiría apoyando los proyectos cercanos, pero también serviría para abastecernos de estos otros productos (por ej. Legumbres, arroz, cereales...). Este sería otro punto a trabajar en la próxima reunión.

### Criterios fundamentales de producción y consumo

Si la Red pretende superar la cuestión individual del consumo, que se centraría en nuestro caso, en criterios relacionados con la salud y el consumo

ecológico, sería importante introducir otros relacionados con el medioambiente, con la justicia social... Estos criterios garantizarían, tanto a productores como a consumidores, que los proyectos que apoyamos y donde centramos nuestra energía buscan objetivos acordes a los nuestros: generar relaciones cercanas entre productores y consumidores y transformar las relaciones de intercambio basadas en la lógica del beneficio económico.

Durante los debates se ha hablado de la introducción de **criterios mínimos** relacionados con:

- Salud: los productos que entren a la red deben estar libres de agroquímicos (insecticidas, pesticidas, etc.), uso de transgénicos, etc, que consideramos pueden tener efectos negativos, a corto o largo plazo, sobre la salud de las personas.
- Medio ambiente: nos aseguramos de que las técnicas utilizadas para la producción son respetuosas con el medio ambiente.
- Sociales y económicos: apoyo a las pequeñas productoras, economías familiares, transparencia en los precios, relaciones laborales, etc.
- Participación
- Proximidad

Los criterios concretos que consideramos mínimos para la entrada y permanencia en el proyecto hay que fijarlos en la próxima reunión. Esta podría ser la ficha de entrada de nuevas productoras, que está trabajada, pero que habría que concretarla por escrito.

#### Entrada de nuevos/as productores/as

El principal mecanismo con el que contamos, tanto productores como consumidores, para garantizar que nuestros productos cumplen con los criterios establecidos, es la confianza. Para ello, se considerarían mínimos:

- Presentación del/la productor/a a la Red.
- Cumplir con los criterios mínimos.
- Rellenar la ficha de entrada.
- ¿Participación? Habría que especificar qué nivel de participación se requiere en las reuniones (tener en cuenta disponibilidad, proximidad...)
- Apertura de la finca a visitas de la Red.

#### **Casos posibles:**

a) Cuando el producto que se presenta no está todavía en la Red:

1. Una persona de la Red conoce a un productor/a que considera podría cumplir con los criterios:

- 1º. El/la productor/a se acerca a la reunión y cuenta su proyecto.
- 2º. Se exponen los requisitos de entrada (se podría elaborar una carta de presentación y los mínimos establecidos).
- 3º. Si el producto se considera interesante para la Red y el/la productor/a está interesada en entrar rellena la ficha.
- 4º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.

2. En la Red se hace explícita una necesidad de un producto determinado (y nadie de la Red asume su producción):

- 1º. Personas de la Red se deciden a buscar algún/a productor/a que esté produciendo este producto y que cumpla con los criterios.
- 2º. Se encuentra al productor/a y se presenta a la Red.
- 3º. Se exponen los requisitos de entrada
- 4º. Si el productor/a está interesada en entrar rellena la ficha.
- 4º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.

3. Un/a productor/a se acerca a la Red para ofrecer un determinado producto:

- 1º. Se exponen los requisitos de entrada.
- 2º. Si el producto se considera interesante para la Red y el/la productor/a está interesada en entrar rellena la ficha.
- 3º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.

B) Cuando el producto ya está dentro de la Red:

Para la entrada de nuevos productores que elaboran productos que ya están dentro de la Red, habrá que valorar si existe una demanda mayor que no se puede atender con lo que tenemos. En este caso, el nuevo productor puede entrar de la misma forma que en el apartado A, y establecer el precio del producto junto a las demás productoras del mismo producto (que ya habrá sido trabajado junto a los/las consumidoras).

## **CUESTIONES A TRABAJAR EN LA PRÓXIMA REUNIÓN**

1. Presentación del resumen de la reunión anterior y de esta propuesta. Rueda de comentarios sobre la propuesta y recogida de ideas.
2. Criterios mínimos para elaborar la ficha. Trabajar en grupo cuáles serían los criterios concretos incluidos en cada apartado (¿qué consideramos que es ecológico?)
3. ¿Qué hacemos con los productos básicos que no podemos encontrar de forma cercana? ¿Podría tener la Red un doble sentido?: por un lado, apoyo a proyectos cercanos, por otro, servirnos para abastecernos de otros productos necesarios. ¿Qué productos consideramos básicos? ¿Qué energía necesitamos? ¿Podríamos hacerlo?

## **Presentación del PROTOCOLO DE ENTRADA DE NUEVOS/AS PRODUCTORES/AS EN LA RED**

El principal mecanismo con el que contamos, tanto productores como consumidores, para garantizar que nuestros productos cumplen con los criterios establecidos, es la **confianza**.

### MÍNIMOS ESTABLECIDOS:

- Presentación del/la productor/a a la Red.
- Cumplimiento de los criterios mínimos.
- Ficha de entrada: descripción del proyecto y del producto por escrito.
- Grado de participación e implicación en el proyecto
- Apertura de la finca a visitas de la Red.

### CRITERIOS COMUNES PARA LA PARTICIPACIÓN EN LA RED

La Red decide superar la cuestión individual del consumo, que se centraría en nuestro caso, en criterios relacionados con la salud y el consumo ecológico, e introducir otros relacionados con el medioambiente, con la justicia social, etc... Estos criterios garantizarían, tanto a productores como a consumidores, que los proyectos que apoyamos y donde centramos nuestra energía buscan objetivos acordes a los nuestros: generar relaciones cercanas entre productores y consumidores y transformar las relaciones de intercambio basadas en la lógica del beneficio económico.

### **Criterios:**

- Relacionados con la salud: los productos que entren a la red deben estar libres de agroquímicos (insecticidas, pesticidas, etc.), uso de transgénicos, etc, que consideramos pueden tener efectos negativos, a corto o largo plazo, sobre la salud de las personas.
- Medio ambiente: nos aseguramos de que las técnicas utilizadas para la producción son respetuosas con el medio ambiente.
- Sociales y económicos: apoyo y prioridad para las pequeñas productoras, economías familiares, transparencia en los precios, relaciones laborales, etc.
- Participación: apoyo y prioridad para los y las productoras que deciden participar activamente en la Red, contribuyendo a su construcción. No obstante, se establecen distintos niveles de participación, teniendo en cuenta factores como la distancia, la disponibilidad, etc.
- Proximidad: se prioriza y apoyan proyectos que se encuentren situados cerca de la provincia de Córdoba.

### Casos posibles y protocolo para cada situación:

<b>CASO 1: <u>Cuando el producto que se presenta no está todavía en la Red</u></b>	<b>¿CÓMO PROCEDER?</b>
1. Una persona de la Red conoce a un productor/a que considera podría cumplir con los criterios	<p>1º. El/la productor/a (o, en su caso, el aval) se acerca a la reunión y cuenta su proyecto.</p> <p>2º. Se exponen los criterios y el funcionamiento de la Red.</p> <p>3º. Si el producto se considera interesante para la Red y el/la productor/a está interesada en entrar, rellena la ficha.</p> <p>4º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.</p>
2. En la Red se hace explícita una necesidad de un producto determinado (y nadie de la Red asume su producción)	<p>1º. Personas de la Red se deciden a buscar algún/a productor/a que esté produciendo este producto y que cumpla con los criterios.</p> <p>2º. Se encuentra al productor/a y se presenta el proyecto a la Red.</p> <p>3º. Se exponen los criterios y el funcionamiento de la Red.</p> <p>4º. Si el productor/a está interesada en entrar rellena la ficha.</p> <p>5º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.</p>
3. Un/a productor/a se acerca a la Red para ofrecer un determinado producto	<p>1º. Se exponen los criterios de entrada y el funcionamiento de la Red.</p> <p>2º. Si el producto se considera interesante para la Red y el/la productor/a está interesada en entrar rellena la ficha.</p> <p>3º. La Red aprueba o no la entrada del nuevo producto en asamblea.</p>
<b>CASO 2. <u>Cuando el producto ya está dentro de la Red</u></b>	Se valorará si existe una demanda mayor que no se puede atender con lo que tenemos. En este caso, el/la nuevo/a productor/a puede entrar de la misma forma que en el Caso 1.1, y establecer el precio del producto junto a las demás productoras del mismo producto (que ya habrá sido trabajado junto a los/las consumidoras).