

coop



Universitat
Oberta
de Catalunya

COOPERATIVES DE CONSUM AGROECOLÒGIC DE PLATAFORMA

El paper de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació
en el consum cooperatiu de productes agroecològics

Tesi doctoral de **Ricard Espelt**
Dirigida per **Ismael Peña-López**

Programa de la Societat de la Informació i el Coneixement

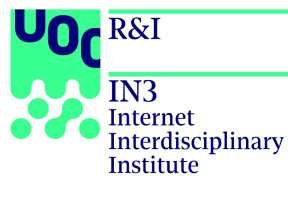
ideograma

Projecte realitzat a Ideograma a través del programa de Doctorats Industrials impulsat per la Secretaria d'Universitats i Recerca del Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya

COOPERATIVES DE CONSUM AGROECOLÒGIC DE PLATAFORMA

*El paper de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació
en el consum cooperatiu de productes agroecològics*

Tesi doctoral de **Ricard Espelt**



Programa de Doctorat de la Societat de la Informació i el Coneixement

COOPERATIVES DE CONSUM AGROECOLÒGIC DE PLATAFORMA

*El paper de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació
en el consum cooperatiu de productes agroecològics*

Tesi doctoral de Ricard Espelt

Programa de Doctorat de la Societat de la Informació i el Coneixement de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

Aquest projecte se situa en el marc del Grup de Recerca en Dret Privat, Consum i Noves Tecnologies (GREDINT), acreditat com a Grup de Recerca Consolidat de la Generalitat de Catalunya (2014 SGR 688)

Comitè de tesi: Dr. Ismael Peña-López (Director) (Universitat Oberta de Catalunya), Dr. Pere Losantos (Universitat Politècnica de Catalunya) i Dr. Oriol Miralbell (Universitat Oberta de Catalunya)

Paraules clau: cooperativisme agroecològic, cooperativisme de plataforma, comuns digitals, moviments socials i tecnopolítica

Juliol de 2018



Tots els continguts d'aquesta investigació són disponibles a www.cooperatives.barcelona sota una llicència de Creative Commons de BY-NC-SA (Reconeixement- No Comercial - Compartir Igual)

ideograma



Unió Europea
Fons social europeu
L'FSE inverteix en el teu futur

Projecte realitzat a Ideograma a través del programa de Doctorats Industrials impulsat per la Secretaria d'Universitats i Recerca del Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya

Aquest document està redactat amb tipografia Ubuntu (SIL Open Font License)



tot parteix d'un **plat** buit,
cada **decisió** és rellevant

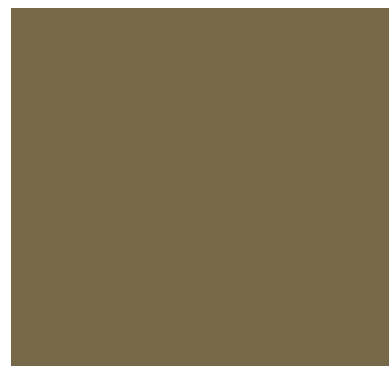
A la Queralt i la Txell
I a l'Oriol



C: 71%
M: 19%
G: 76%
N: 0%

Pel pujol
on surt el sol
cada matí de primavera
desafiant
grop i llevant,
hi trobareu una olivera.
Ja fa molts anys
els seus afanys
amb ella un home va fer
créixer.
Diu que eren cent
arbres al vent
l'orgull d'aquell que els
va fer néixer.

L'olivera (1968)
Joan Manuel Serrat



C: 71%
M: 59%
G: 80%
N: 10%

Si haguessis nascut
en una altra terra,
podries ser blanc,
podries ser negre...
Un altre país
fóra casa teva,
i diries "sí"
en una altra llengua.

Podries (1998)
Joana Raspall

AGRAÏMENTS

És l'any 2010 quan m'emparro al mur de la investigació. L'atracció pel terreny que tinc al davant és tanta que no puc deixar passar la possibilitat de saltar a explorar.

Cal dir que, a l'hora de pujar aquest mur, una persona ha saltat des de l'altra banda i m'ha fet l'escaleta. És l'Ismael Peña-López. Sense ell, aquest treball no existiria. La seva empatia és clau perquè una ànima inquieta dediqui el temps i l'energia que requereix una recerca com aquesta. A tu, Ismael, tot el meu agraïment.

Tot i així, una tesi doctoral és un exercici que et referma constantment en els límits. Des del mateix plantejament del projecte, a les limitacions pròpies. Aquesta investigació, gràcies a les complicitats que se sumen a una aventura que no sempre té una ruta clara i, fins i tot, un punt d'arribada concret, explora àmpliament el seu perímetre.

Un agraïment especial al Pere Losantos i a l'Oriol Miralbell que accepten formar part del comitè de tesi. En tot moment, la seva experiència és un pilar segur on agafar-se i reforçar la confiança. Oriol, treballar i conversar amb tu ha estat un luxe immens. Ho trobo a faltar.

En el darrer tram d'aquesta fase, la pertinença al grup d'investigació Digital Commons (DIMMONS) obre una nova perspectiva en la investigació i una oportunitat per continuar amb la connexió entre acadèmia, pràctica i polítiques públiques que, al meu entendre, dóna sentit a la recerca. Gràcies Mayo i Enric.

La posada en pràctica d'aquesta investigació té dos puntals fonamentals. Un de directe i més concret: ajudar a l'escalabilitat del cooperativisme agroecològic a partir del paper que hi poden tenir les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC); i un segon, de derivat i més ampli: participar en el reforç de les polítiques públiques que fomenten un model de consum d'aliments econòmicament, socialment, mediambientalment i políticament més just. Formar part de l'equip impulsor de la plataforma digital cooperativa Katuma i participar, en aquests anys, en el debat entre activistes agroecologistes, cooperativistes i agents polítics és un regal immens.

L'acolliment que permet realitzar el projecte a través d'un Doctorat Industrial és de gran ajuda. L'experiència, en el nostre cas, és extraordinària. Gràcies Bele i

Antoni, i a totes les companyes i companys d'Ideograma, que formeu part de l'expedició. El meu agraïment més sincer.

La Núria Vega arriba a la part final del projecte però la seva manera de fer, la seva empatia i el seu compromís permeten que els camins de la investigació obrin noves travessies. La iniciativa (des)vestint aliments i el relat històric de les cooperatives de consum agroecològic a la ciutat de Barcelona —dues propostes derivades de la tesi doctoral— en són una bona mostra.

Hi ha persones que ho són tot, més enllà de qualsevol projecte; i jo sóc perquè som. Som el nostre patrimoni, l'humà, el tot. Us estimo i sabeu que m'agrada dir-vos-ho. I entre aquestes, les més properes, les que sou el meu teixit familiar, amigues, amics... l'ànima.

Cristina i Arantxa, no tinc paraules per a vosaltres. Amor infinit.

Queralt i Txell, aprendre amb vosaltres és aprendre.

Ara salto d'una banda a l'altra del mur amb certa facilitat i, fins i tot, faig equilibris transitant per la cornisa. La sort és que no vaig sol. Sou tantes les persones que m'acompanyeu i m'ajudeu en aquesta exploració que, a partir d'ara, en el relat de la investigació, parlo sempre de nosaltres.

ÍNDEX DE CONTINGUTS

NOTA PRÈVIA	19
RESUM	21
PART 1. INTRODUCCIÓ	25
Capítol 1. DEL COOPERATIVISME AGROECOLÒGIC AL COOPERATIVISME AGROECOLÒGIC DE PLATAFORMA	27
Capítol 2. PREGUNTES DE RECERCA	37
2.1 Adopció i impacte de les TIC	39
2.2 Polítiques tecnològiques i de coneixement	39
2.3 TIC i eixos principals del cooperativisme de consum agroecològic	40
PART 2. MARC TEÒRIC	43
Capítol 3. CONSUM DE PROXIMITAT I AGROECOLOGIA	47
3.1 Definició i tipologia dels Circuits Curts de Comercialització i el seu impacte	49
3.2 Sobirania Alimentària i cooperació agroecològica en resposta a la crisi alimentària mundial	51
Capítol 4. LA CONSTRUCCIÓ DE MERCAT SOCIAL	59
4.1 Definició d'Economia Social i Solidària i Mercat Social	61
4.2 L'Economia Social i Solidària a Catalunya	66
4.3 Cooperativisme agroecològic	72
Capítol 5. ACTIVISME SOCIAL I POLÍTIC	75
5.1 Pràctiques socials autogestionades en el marc d'una ciutat en moviment	77
5.2 Tecnopolítica i representació política extrainstitucional	79
5.3 La tecnopolítica i el cooperativisme activista	81
Capítol 6. COOPERATIVISME DE PLATAFORMA PER A UNA ECONOMIA COL-LABORATIVA PROCOMÚ	87
6.1 Gestió comunal i cooperativisme, dos marcs per a l'autogestió	89
6.2 Revisió crítica de les plataformes tecnològiques d'economia col·laborativa	92
6.3 Qualitats democràtiques de l'economia col·laborativa	96
6.4 Plataformes tecnològiques per al consum de productes agroecològics	99
6.4.1 El programari propi de codi lliure	100
6.4.2 La plataforma cooperativa	101
6.4.3 El programari propietari	103
PART 3. COOPERATIVES DE CONSUM AGROECOLÒGIC DE PLATAFORMA	107
Capítol 7. HIPÒTESI I SUBHIPÒTESIS DE TREBALL	109
Capítol 8. METODOLOGIA	115
8.1 Les Tecnologies de la Informació i la Comunicació com a facilitadores de la intercooperació agroecològica de plataforma	118
8.2 Impacte en el vincle amb els Circuits Curts de Comercialització, l'Economia Social i Solidària i els Moviments Socials	121
Capítol 9. OBJECTE D'ESTUDI	129

Capítol 10. ANÀLISI DE LES DADES I RESULTATS DE LA RECERCA	135
10.1 Caracterització de les cooperatives i grups de consum de la ciutat de Barcelona	137
10.1.1 Una cooperativa de consum agroecològic tipus	137
10.1.2 Localització i densitat	140
10.1.3 Nombre d'Unitats Familiars	143
10.1.4 Forma jurídica	144
10.1.5 Tipus de gestió	145
10.2 Xarxa de productors i intermediaris	146
10.3 Impacte de les TIC en la caracterització de la digitalització de les cooperatives	147
10.3.1 Impacte de les TIC en la gestió de la comanda	147
10.3.2 Impacte de les TIC en la comunicació de l'organització	150
10.4 Impacte de les TIC en la intercooperació agroecològica	153
10.5 Impacte en el vincle amb els Circuits Curts de Comercialització	160
10.6 Impacte en el vincle amb l'Economia Social i Solidària	162
10.6.1 Grups i cooperatives de consum	162
10.6.2 Organitzacions intermediàries i productors	164
10.6.3 Comparativa d'acompliment entre cooperatives i organitzacions intermediàries	165
10.7 Impacte en participació en Moviments Socials i acció cívica tecnopolítica	166
10.7.1 Resultats del vincle amb els Moviments Socials	166
10.7.2 Anàlisi de la participació en el moviment 15M	170
Capítol 11. CONCLUSIONS	175
11.1 Conclusions	177
11.2 Limitacions de la recerca	185
11.3 Futures investigacions	186
BIBLIOGRAFIA	191
LLISTA DE FIGURES I TAULES	211
Figures	211
Taules	213
ANNEXOS	215
A.1 Cronologia dels grups i cooperatives de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona (1993-2017)	217
A.2 Caracterització dels grups i cooperatives de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona	219
A.2.1 Número d'Unitats Familiars (UF)	219
A.2.2 Forma jurídica	220
A.2.3 Tipus de gestió	222
A.2.4 TIC	224

A.3 Pam a Pam. Qüestionari de compliment de criteris de l'ESS i qüestionari TIC cooperatives	229
A.4 Resultats qüestionari Pam a Pam. Compliment dels criteris de l'Economia Social i Solidària	241
A.5 Taula de nodes per nombre de connexions i centralitat	247
A.6 Vinclle del grup amb el 15M	255
A.7 Resum de la netnografia de les pàgines web	257
A.8 (des)vestint aliments	259

«El moviment cooperatiu
ha d'arribar a un acord amb les tecnologies del segle XXI»
Trebor Scholz

NOTA PRÈVIA

La investigació que teniu al davant té una llarga aproximació prèvia que mostra l'interès per explorar l'impacte de l'ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) en la comercialització cooperativa de productes agroecològics.

El recorregut s'inicia, l'any 2011, en la tesina del Màster de la Societat de la Informació i el Coneixement de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC): «Les comunitats rurals catalanes davant el nou escenari de la Societat de la Informació i el Coneixement. El cas de la Conca de Barberà» (Espelt, 2011), centrada en observar l'impacte de les TIC en el marc de la producció de productes agroalimentaris a la Conca de Barberà. Els resultats d'aquesta primera investigació ens permeten determinar que els productors utilitzen Internet més com a un instrument de difusió que com a una eina de cooperació entre ells.

Posteriorment, l'any 2013, una nova investigació se centra en avaluar la tasca de promoció dels Circuits Curts de Comercialització (CCC) d'un grup de consum de Llavorsí, L'Arbella: «From local food movement actions to public policies. A new approach to rural food consumption in the era of digital revolution» (Espelt, 2013). En aquesta nova recerca, observem com, a través de la cooperació agroecològica, un grup de persones autogestionades —ubicades en una àrea rural— consumeixen productes de proximitat, sense intermediació.

Desplaçada l'atenció vers el consum cooperatiu de proximitat, en una tercera investigació estudiem l'impacte de les TIC en les diferents modalitats dels CCC en el municipi de Sant Cugat del Vallès: «Agro-food consumption patterns to favour social and economical resilience. The case of Sant Cugat del Vallès» (Losantos i Espelt, 2013). Els resultats d'aquest nou estudi permeten avaluar el conjunt d'alternatives de consum agroecològic en el marc d'un àmbit territorial urbà concret i la influència positiva de les TIC com a un instrument facilitador de l'acció comunicativa i organitzativa.

El conjunt d'aquests tres treballs previs i l'observació del nostre objecte d'investigació ens permet determinar que, si l'interès és analitzar l'impacte de les TIC des de l'òptica de la col·laboració comunitària autogestionada, és preferible centrar l'atenció en el consum i l'àmbit urbà, on hi ha més concentració de persones que s'organitzen per aquest fi. En tot cas, **l'anàlisi de les relacions en xarxa entre agrupacions de consumidors i els seus productors constitueix el marc de treball de la present investigació que connecta àmbit rural i urbà.**

Tant el debat sobre el fet cooperativista, com el debat al voltant de

l'agroecologia són sempre vius. De fet, el propi diàleg permanent entre els agents que conformen la confluència d'ambdós moviments, el cooperativisme de consum agroecològic, forma part del caràcter orgànic sobre el qual es defineix i s'articula. Des de fa uns anys, aquest debat s'ha centrat en el paper i la sostenibilitat dels grups i cooperatives de consum agroecològic (al voltant de 160 organitzacions a Catalunya, un terç d'elles a la ciutat de Barcelona). Malgrat que, com veurem al llarg d'aquest projecte, aquestes organitzacions tenen un paper determinant en la promoció i consolidació del consum cooperatiu agroecològic, una sèrie d'alertes —l'estancament del nombre de grups o la constatació de la precarietat dels productors, per exemple— demanen una anàlisi detallada i holística per assegurar-ne la continuïtat. En aquest punt, i situats en l'era de la Societat Xarxa, ens centrem en estudiar el paper d'Internet en la reconfiguració del moviment cooperativista agroecològic. Durant el recorregut de la investigació, hem generat un espai web amb totes les dades i els continguts resultants : www.cooperatives.barcelona.

D'altra banda, la investigació genera a la vegada altres vies de difusió que, en el cas d'aquest projecte, es consoliden en la iniciativa (des)vestint aliments (www.desvestintaliments.cat), reconeguda per la Fundació Bofill i la Fundació Goteo a través del projecte d'innovació educativa «Fem Educació».

(des)vestint aliments parteix del plat buit i, a través d'accions artístiques i didàctiques, considera diferents aspectes que intervenen en la traçabilitat dels aliments que consumim (recorregut físic, justícia social, tipus de producció, manipulació...) i els vesteix.

Pel vincle existent entre la recerca i l'acció, hem considerat la inclusió d'algunes de les imatges de la iniciativa, realitzades pel fotògraf Jordi Plana Pey, a l'inici de cada capítol (annex A.8).

RESUM

Aquesta tesi doctoral tracta l'impacte transformador que les Tecnologies de la Informació i la Comunicació estan generant en l'àmbit del cooperativisme en l'era de la Societat Xarxa i que reestructuren el funcionament de les organitzacions que en formen part a través d'una plataforma digital. Aquest nou cooperativisme de plataforma té en els comuns digitals un instrument d'infraestructura tecnològica afí als valors que el defineixen i, possiblement, un instrument essencial per a la seva escalabilitat.

La recerca se centra en estudiar l'encaix de les cooperatives de consum en l'espai de la promoció del desenvolupament econòmic i social local —a través dels Circuits Curts de Comercialització—, sota el paraigua d'un model econòmic més just —basant-se en els valors de l'Economia Social i Solidària— i participant en els Moviments Socials amb la voluntat de refermar-se com a subjecte polític. Aquest triple encreuament d'àmbits permet una comprensió holística de la seva dimensió social, econòmica i política que entronca amb els valors i l'acció del cooperativisme de plataforma.

La investigació parteix de la hipòtesi que l'adopció de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació per part de les cooperatives de consum es fa —en coherència amb els principis cooperativistes— sobre la base dels comuns digitals; això redefineix la relació entre proveïdors i consumidors, teixint una xarxa de naturalesa tecnopolítica d'intercooperació agroecològica, que conjumina el consum de proximitat desintermediat que defineix els Circuits Curts de Comercialització, els valors de l'Economia Social i Solidària, la participació dels Moviments Socials i els converteix en cooperatives de consum agroecològic de plataforma.

El cooperativisme de plataforma, l'àmbit d'investigació d'aquest projecte, a cavall entre el cooperativisme i l'ús de les TIC, és força nou. A més, el cooperativisme s'articula a partir d'elements diferencials significatius segons cada territori. Les xarxes locals defineixen les seves pròpies eines per registrar i promoure iniciatives en el marc de l'ESS. De totes maneres, hem identificat investigacions que se situen en l'encreuament entre cooperatives i TIC i, a partir del seu exemple, hem dissenyat una metodologia pròpia. Per una banda, la nostra metodologia se serveix de mètodes quantitius, com l'ús d'estadístics descriptius que ens ajuden a resumir i descriure les dades obtingudes a través de qüestionaris i entrevistes semiestructurades; anàlisi de variància (ANOVA) per analitzar les mitjanes de grups i els seus procediments associats; anàlisi de

correlacions per indicar la força i la direcció de les relacions lineals entre variables aleatòries; i anàlisi factorial per explicar les correlacions entre les variables observades. D'altra banda, utilitzem mètodes qualitius que, a través d'entrevistes semiestructurades, observació directa de l'objecte d'estudi i observació de l'espai web (netnografia), ens permeten realitzar una anàlisi amb més profunditat de la població d'estudi i definir-ne un model tipus. Per visualitzar els resultats, utilitzem diagrames de barres, diagrames de sectors, eines de representació de xarxes i sistemes d'informació geogràfica.

Amb la voluntat de fer una anàlisi en profunditat, s'ha situat el camp de treball en els 57 grups i cooperatives de consum agroecològic actius de la ciutat de Barcelona l'any 2017. Barcelona és l'àmbit geogràfic català amb més població d'estudi i amb un recorregut històric de més de 25 anys. Per a la realització de la llista d'organitzacions s'ha considerat que, més enllà del seu format legal (cooperativa, associació o entitat sense forma jurídica), el col·lectiu ha de fomentar l'autogestió cooperativa, una certa activitat social (realitzant activitats de socialització internes i externes) i un model de presa de decisions assembleari. Realitzada la identificació i donada la limitació de la població d'estudi, amb la voluntat d'obtenir uns resultats que ens proporcionin unes conclusions valuoses, seleccionem com a mostra totes les organitzacions identificades.

Els resultats de la investigació mostren com les cooperatives de consum agroecològic tenen un alt nivell d'adopció de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació, revertint en el potencial de la intercooperació agroecològica. És a dir, promovent els Circuits Curts de Comercialització, sota els valors de l'Economia Social i Solidària i enfortint l'activisme polític dels membres de l'entitat. Al mateix temps, es demostra una forta dependència vers eines tecnològiques de caràcter privatiu i poc afins als valors i interessos de les organitzacions que són objecte d'aquesta investigació. De totes maneres, els resultats de la investigació també mostren que, per una banda, les cooperatives i els grups de consum agroecològic han desenvolupat eines per generar alternatives tecnològiques a les solucions de caràcter privatiu i, d'altra banda, s'adverteix del sorgiment de cooperatives de plataforma, basant-se en els comuns digitals, que afavoreixen la intercooperació agroecològica.

En definitiva, aquesta investigació mostra la transformació de les cooperatives de consum agroecològic tradicionals, fruit de l'impacte de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació que provoca la reformulació del seu model organitzacional i de relació amb la resta d'agents —productors i intermediaris— que articulen la xarxa de consum agroecològic, sota la lògica de la Societat Xarxa. Aquesta nova formulació té tres diferències significatives respecte als models tradicionals dels segles XIX i XX. Per una banda, la tecnificació de la

gestió i la comunicació poden afavorir l'escalabilitat i reproductibilitat del model. Per una altra, es crea un cercle virtuós en l'esfera dels valors, atès que la tecnologia utilitzada, basada en el procomú digital, obeeix als objectius socials que la mateixa missió fundacional de les cooperatives i els grups de consum. I, per últim, la tecnologia i el model de xarxa resultant també les acostava a altres organitzacions i xarxes d'activisme polític, amb les quals s'interrelacionen, hi col·laboren i es fonen en una xarxa de xarxes tecnopolítica on les institucions i l'activisme individual veuen difuses les seves fronteres. Per tot això, a aquest nou tipus d'organitzacions les anomenem cooperatives de consum agroecològic de plataforma.

PART 1. INTRODUCCIÓ



acció

*Sense acció, sense Art, no hi ha revolució.
Jordi Plana Pey a Konvent (Colònia de Cal Rosal, Berguedà).*

Capítol 1. DEL COOPERATIVISME AGROECOLÒGIC AL COOPERATIVISME AGROECOLÒGIC DE PLATAFORMA

El cooperativisme agroecològic té una llarga tradició a Catalunya. L'informe «Els grups i les cooperatives de consum ecològic a Catalunya» (Huerta i Ponce, 2010), promogut per la Federació de Cooperatives de Consumidors i Usuaris de Catalunya (FCCUC), assenyala El Brot de Reus (1987), El Rebot de Girona (1988) i Germinal de Barcelona (1993) com les primeres experiències de consum agroecològic a Catalunya. L'estudi, que té l'objectiu de diagnosticar la situació i promoció del cooperativisme, destaca «l'interès entre la ciutadania per l'adquisició de productes ecològics i per un model autogestionat de consum basat en unes condicions més dignes per a productors i consumidors» (p.1). D'altra banda, el mapa de la innovació social a Catalunya» (Blanco et al., 2015), que recull una part important de les pràctiques d'innovació social del territori català, inclou les cooperatives i els grups de consum agroecològic en el conjunt de pràctiques relacionades amb l'economia i el consum alternatiu, essent l'àmbit amb més pes de representació (51,8%).

Per comprendre el fenomen del cooperativisme agroecològic a Catalunya, cal contemplar l'estudi de tres dimensions —l'econòmica, la social i la política— que es relacionen amb la promoció de tres elements essencials: l'agroecologia en el marc dels Circuits Curts de Comercialització, el Mercat Social en l'impuls de l'Economia Social i Solidària i la participació política a través dels Moviments Socials.

Tot i que ens referim a tres aspectes complexos, en realitat, es relacionen amb els hàbits diaris, quotidians, que hom té a l'hora d'aproximar-se al consum. Per aquest motiu, a continuació, revisem quins són els hàbits de consum alimentari, dominats per la gran indústria, i com es postulen les cooperatives de consum agroecològic com una alternativa de proximitat, socialment responsable i compromesa políticament.

Els hàbits de consum diaris. D'acord amb el darrer Informe del consum de l'alimentació a Espanya 2016, publicat per l'Observatori del Consum i la Distribució Alimentària (2017), els canals preferits per a la compra de productes alimentaris són el supermercat i l'autoservei (43,9%, amb un creixement de l'1,2% respecte a l'any 2015). Les botigues de descomptes tenen una evolució positiva (+4,6%), aconseguint una quota de mercat del 12,8%. Mentre que els hipermercats i les botigues tradicionals són els dos canals que han perdut valor respecte a l'any anterior (-3,7% i -3,5%, respectivament). Els altres canals, entre els quals hi ha la cooperativa, tenen una quota de mercat del 9,8% (amb una pujada en el darrer any del 2,3%). Si posem el focus sobre els aliments frescos, la botiga tradicional té el volum de venda més elevat (33,8%), però també és el canal que acumula les caigudes més rellevants (-5,5%, respecte a l'any 2015). L'informe anual assenyala dos elements rellevants per a aquesta investigació: per

una banda, el traspàs de compres del canal tradicional a la gran distribució, botigues de descompte, supermercats i autoserveis que aposten per l'alimentació fresca i, per l'altra banda, l'augment en volum (+33,2%) i en valor (+27,7%) de les compres realitzades a través d'Internet.

Per tant, tendim a comprar en comerços que concentren el conjunt de les nostres compres i, cada vegada més, ho fem a través de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC).

La gran indústria. En aquest context, la distribució i la comercialització formen part de la cadena de valor (Porter, 1985) del sector agroalimentari, dominada per la gran indústria (Toribio et al., 2012). La possibilitat de controlar la qualitat dels productes i regular-ne els preus ha permès una àmplia expansió de la indústria agroalimentària, concentrada —bàsicament— en deu grans marques a nivell mundial (Hoffman, 2013). L'aportació de la gran indústria és, doncs, proveir de productes a bon preu i amb els requeriments legals adequats.

En definitiva, gran part del mercat està controlat per pocs actors i s'imposa un model de consum que genera intermediaris entre el productor i el consumidor i que no té en compte la distància que recorren els aliments, ni les condicions de justícia social que hi ha darrere la seva producció, entre altres aspectes (Mauleón, 2009; Simón Fernández et al., 2012; Vivas, 2014). De fet, l'agroindústria —en el seu conjunt— transforma la producció provinent de l'agricultura, l'activitat forestal i la pesca, reduint el pes de l'activitat agrícola, en benefici del procés industrial (FAO, 1997).

L'alternativa: proximitat desintermediada. Malgrat que, com hem vist, les dades mostren un domini de la gran indústria a l'hora de proveir d'aliments els supermercats i autoserveis, podem observar un altre model de consum al voltant dels Circuits Curts de Comercialització (CCC), definits com un comerç desintermediat (Observatori Europeu Leader, 2000), de relació directa entre productor i consumidor (Valls, 2006; Maréchal, 2008) i que crea una alternativa de consum d'aliments basada en un procés de resocialització (Venn et al., 2006; Jarosz, 2008), tot impulsant tres aspectes: a) la redistribució de valor a través d'una xarxa que s'oposa al consum agroindustrial; b) la recuperació de la confiança entre productor i consumidor; i c) l'articulació de noves estructures polítiques i de governança de mercat que promouen la resiliència i la sostenibilitat. Les cooperatives de consum agroecològic se situen com un dels models de consum que promouen els CCC (Binimelis i Descombes, 2010).

En aquest punt, volem assenyalar que els grups i les cooperatives de consum, a part de vincular-se als CCC, són, en tant que pràctica agroecològica, part del grup

d'agents que promouen la Sobirania Alimentària. La Sobirania Alimentària és un concepte que sorgeix del moviment camperol internacional La Vía Campesina per defensar el dret dels pobles a determinar les polítiques agrícoles i alimentàries que els afecten, a través de la pràctica de l'agroecologia. L'agroecologia, a diferència de l'ecologia, no només se centra en fomentar una producció basada en l'aprofitament òptim dels recursos naturals i sense productes químics sintètics o organismes genèticament modificats, sinó que també es preocupa per l'impacte social i polític de la traçabilitat de la producció d'aliments.

Vers a un consum socialment just. La cerca d'un consum d'aliments socialment just connecta els col·lectius que formen part del nostre objecte d'estudi i els valors que promou l'Economia Social i Solidària (ESS). L'ESS refereix a aquell conjunt d'organitzacions que no formen part del sector públic i que tenen una operativa basada en la gestió democràtica i la igualtat de drets i obligacions dels seus membres (Charte l'économie sociale, 1980) i que participen del mercat en tant que un instrument al servei del benestar de totes les persones i de la reproducció de vida al planeta (Pérez de Mendiguren et. al, 2009).

En aquest marc de promoció d'un consum socialment just, la intercooperació entre agents esdevé un element clau per a la construcció del Mercat Social: «una xarxa de producció, distribució i consum de béns i serveis (els fluxos), que funciona amb criteris democràtics, ecològics i solidaris en un territori determinat, i que està constituïda tant per empreses socials com per consumidors individuals i col·lectius, com són ajuntaments, escoles, etc. (els nodes)» (Garcia, 2002). El Mercat Social està representat a Barcelona per 4.718 iniciatives, amb una ocupació de 53.000 persones i un volum econòmic del 7% del PIB de la ciutat (Fernández i Miró, 2016).

Compromès políticament. Un dels elements clau de l'ESS —i també de l'agroecologia, com ja hem apuntat— és la seva dimensió política per tal d'afavorir una transformació social i, per tant, de moviment social i econòmic alternatiu al derivat de la lògica capitalista (Laville, 2009; Coraggio, 2009; Arruda, 2005, 2004 i Guerra, 2009).

En el nostre cas, l'aparició de les cooperatives i dels grups de consum agroecològic es produeix en paral·lel a la resposta contra l'homogeneïtat que resulta de l'expansió de les cadenes alimentàries globals (Khoury et al., 2014). Per tant, són part del discurs del moviment antiglobalització i de defensa del territori, molt significatiu a Catalunya, i que comporta la recerca d'una recuperació de la «identitat dels llocs» per a la promoció d'alternatives socials i econòmiques que afavoreixin la relocalització (Nel·lo, 2014). En aquest context,

cal indicar també l'emergència de moviments socials que adopten noves formes d'organització a causa de l'impacte de les TIC, originant-se, així, la tecnopolítica (Toret, 2013).

En definitiva, si a les variables de desintermediació i proximitat que articulen els CCC, amb especial atenció per l'agroecologia, afegim els valors que promou l'Economia Social i Solidària (ESS) i el vincle polític de les organitzacions amb els Moviments Socials (MMSS), contextualitzem un model de consum que també es preocupa pels criteris socials, econòmics, mediambientals i organitzatius que hi ha darrere de cada producte i que, al mateix temps, es defineix com a políticament transformador.

Fins a aquest punt hem observat, doncs, que l'apropament al nostre objecte d'estudi requereix d'una aproximació conceptual interdisciplinària i plena de vasos comunicants. Sense aquesta visió holística, l'anàlisi és parcial i no recull tots els aspectes que donen sentit a la constitució d'aquests col·lectius. És per aquest motiu que el concepte «cooperativisme agroecològic» engloba la dimensió social, econòmica i política de les cooperatives i grups de consum agroecològic.

Internet. A l'hora de contextualitzar el nostre objecte d'estudi, aquesta investigació analitza el paper que té Internet en aquestes organitzacions, que formen part així de la construcció d'una nova morfologia social basada en les xarxes que promou la Societat Xarxa (Castells, 1997). Per fer-ho, aquesta recerca es recolza, per una banda, en la tradició de l'autogestió dels béns comuns a Catalunya (Algarra Bascón, 2015) que, amb l'aparició d'Internet, té la possibilitat de reconfigurar-se de nou al voltant del Moviment de Cultura Lliure (MLC) i procomú digital (Fuster et al., 2015); i, d'altra banda, en la tradició del cooperativisme, amb un llarg recorregut històric a Catalunya (Dalmau i Miró, 2010), com a espai d'autogestió¹, i els valors del qual poden servir de base per a la creació de plataformes tecnològiques (Scholz, 2016).

Aquesta aproximació a les TIC com a un potencial instrument per a l'articulació i l'escalabilitat del cooperativisme agroecològic és rellevant perquè, en paral·lel, en els darrers anys han sorgit plataformes tecnològiques que, sota el marc de l'economia col·laborativa, han generat una alternativa als grups i cooperatives de consum amb una narrativa semblant² (Espelt et al., 2017).

En definitiva, aquest projecte se centra en explorar si les Tecnologies de la

¹ En el transcurs de la investigació, ens referim a l'autogestió en tant que autogestió cooperativa que, segons Garcia (2012:10), s'articula en tres grans subjectes (persona, organització i societat). En el capítol 4, dedicat a la construcció del Mercat Social, es desenvolupa aquest aspecte.

² Els Ruscs de la LCQDS (veure apartat 5.3.3 El programari propietari).

Informació i la Comunicació poden facilitar la creació o el reforçament de les cooperatives i dels grups de consum agroecològic existents, revertint en una promoció dels Circuits Curts de Comercialització i de l'agroecologia, aprofundint en els valors de l'Economia Social i Solidària i l'impuls del Mercat Social i, al mateix temps, ajudant a la participació en Moviments Socials, reconvertint-les en cooperatives de consum agroecològic de plataforma.

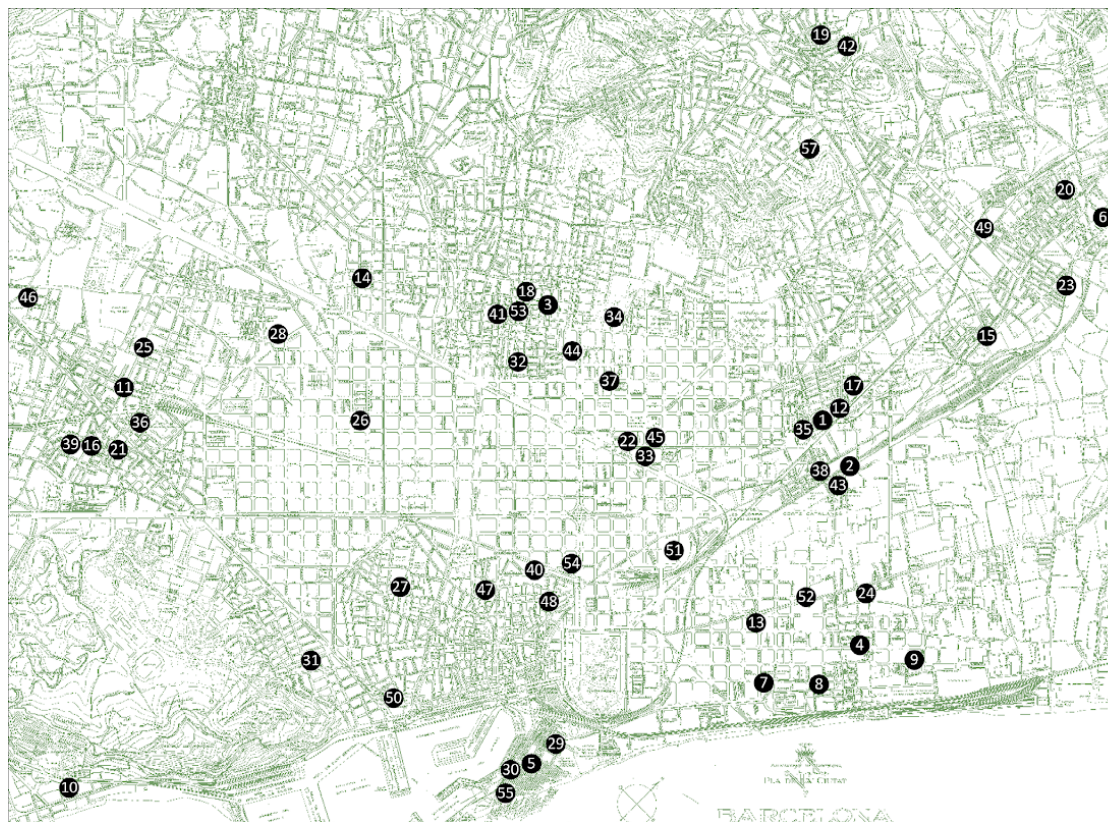
Barcelona. A l'hora de determinar la població d'estudi de la nostra investigació ens hem centrat en la ciutat de Barcelona i les persones que consumeixen productes agroecològics en una cooperativa o grup de consum. Els motius d'aquesta decisió es fonamenten en els resultats d'investigacions prèvies que, per una banda, ens fan adonar que la cooperació entre els agents que participen en la producció cooperativa agroecològica està encara poc articulada a Catalunya (Espelt, 2011) i, per l'altra, posen en relleu que la ciutat de Barcelona representa l'espai urbà amb més col·lectius de consum del territori català (Espelt et al., 2015).

Així doncs, per a la present investigació, ens centrem en els grups i les cooperatives de consum sorgides a la ciutat de Barcelona a partir de l'any 1993 i que són actives l'any 2017, identificades en un estudi previ: «Mapeig dels grups de consum a la ciutat de Barcelona» (Espelt et al., 2015). En la seva elaboració s'utilitza la base de dades de la Repera, col·lectiu que treballa per a la difusió de grups i cooperatives de consum agroecològic a Catalunya i l'estudi «Bancs de temps, xarxes d'intercanvi i cooperatives de consum agroecològic» (Ubasart et al., 2009) que inclou una llista dels grups i cooperatives de consum de Barcelona. A més, en la realització del propi mapeig s'han incorporat noves organitzacions que no estaven registrades (veure annex A.1). Aquest mapeig previ, ens mostra com a l'any 2011, coincidint amb el moviment 15M, es creen 10 entitats noves, el que representa el període de creixement més destacat fins al dia d'avui.

Reconeixement històric. Finalment, no volem acabar aquest apartat sense mencionar la llarga trajectòria del cooperativisme obrer a la ciutat de Barcelona. La lògica i la dimensió de les cooperatives de consum obreres històriques (Figura 1) és diferent a la dels grups i cooperatives de consum agroecològic contemporanis, però l'aprenentatge que ens aporta la cooperació com a instrument perquè la ciutadania, autogestionadament, pugui consumir sota uns paràmetres econòmics i socials justos i democràtics és ben present.

De fet, com veurem posteriorment, la casualitat fa que el mapeig del nostre objecte d'estudi identifiqui cinquanta-set organitzacions actives, el mateix nombre que l'any 1935 quan, segons Dalmau i Miró (2010), unes noranta mil

famílies consumien cooperativament a la ciutat de Barcelona. Malauradament, com veurem, la dimensió actual —1.420 famílies— és molt menor.



Cooperatives obreres de consum existents el 1935

- | | | |
|---|--|--|
| 1. L'Antiga del Camp de l'Arpa (1866) | 20. La Confiança Andreuenca (1896-1939) | 41. Popular de Barcelona Sucursal núm. 1 (1924) |
| 2. La Constància Martinenca (1868-1943) | 21. La Nova Obrera (1897) | 42. Popular de Barcelona Sucursal núm. 2 (1932) |
| 3. Teixidors a Mà (1875-1986) | 22. L'Economia Obrera (1898-1962) | 43. Unió de Sant Martí (1910-1939) |
| 4. L'Artesana (1876-1995) | 23. La Guardiola Familiar (1899-1939) | 44. La Igualtat Graciensa (1913-1949) |
| 5. La Fraternitat (1879-1974) | 24. Pau i Justícia (1899-1997) | 45. La Colmena (1913-1939) |
| 6. L'Andreuenca (1879-1979) | 25. Model del Segle XX (1901-1939) | 46. El Benestar de l'Obrer (1914-1939) |
| 7. L'Antiga Independent (1887-1939) | 26. Unió Cooperatista Barcelonesa (1927-1878) | 47. Cooperativa d'Obrers i Empleats de Catalana de Gas (1921-1939) |
| 8. La Flor de Maig (1890-1948) | 27. Unió Cooperatista Barcelonesa Sucursal núm. 1 (1932) | 48. Cooperativa del Centre Obrer Aragonès (1927-1939) |
| 9. La Flor de Maig. Sucursal núm. 1 (1912) | 28. Unió Cooperatista Barcelonesa Sucursal núm. 2 (1932) | 49. L'Esperança (1928-1939) |
| 10. La Flor de Maig Sucursal núm. 2 (sense dades) | 29. Segle XX (1901-1968) | 50. La Paloma (1929-1939) |
| 11. La Flor de Maig Sucursal núm. 3 (1885) | 30. Centre Cooperatiu de Pescadors (1901-1979) | 51. Unió de Cooperadors de Fort Pius (1928-1939) |
| 12. La Flor de Maig Sucursal núm. 4 (sd) | 31. La igualitària (1902) | 52. Cooperativa d'Obrers i Empleats de Companyia General d'Autobusos (1931-1939) |
| 13. La Flor de Maig Sucursal núm. 5 (sd) | 32. La previsorà (1902-1946) | 53. General de Consum (1934-1939) |
| 14. La Flor de Maig Sucursal núm. 6 (1sd) | 33. La previsorà Sucursal núm. 1 (1931) | 54. Integral Obrera (1935-1937) |
| 15. La Flor de Maig Sucursal núm. 7 (1902) | 34. La previsorà Sucursal núm. 2 (1932) | 55. La Barceloneta (1935-1939) |
| 16. La Lleialtat Santsenca (1891-1941) | 35. La Formiga Martinenca (1903) | 56. Cooperativa Catorze d'Abril (1935-1939) |
| 17. L'Amistat Martinenca (1892) | 36. L'Empar de l'Obrer (1905-1939) | 57. Popular Fargas i Mulasa (1935-1939) |
| 18. La Lleialtat (1892-2004) | 37. L'Espigoladora (1907-1988) | |
| 19. La Vanguardia Obrera (1894-1948) | 38. L'Amistat (1908-1939) | |
| | 39. La Nova Activitat Obrera (1909-1958) | |
| | 40. Popular de Barcelona (1910-1939) | |

Figura 1. Mapa de cooperatives obreres de consum de Barcelona existents el 1935 (www.cooperatives.barcelona/recursos/mapa/). Font: Miró i Garcia (2012).



food waste ap(pear) 1

*Llencem tones de menjar. I si en lloc de ser les executores del malbaratament,
les persones en fóssim les víctimes.*

Fotografia de Jordi Plana Pey

Capítol 2. PREGUNTES DE RECERCA

En el primer capítol hem presentat un potencial encontre entre el cooperativisme agroecològic que s'ha articulat fins ara i un nou cooperativisme de consum agroecològic de plataforma, encara poc explorat. Arribats a aquest punt, ens preguntem per l'impacte de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) en l'activitat diària de les cooperatives i grups de consum agroecològics per fomentar els CCC, basant-se en els valors de l'ESS i la participació en MMSS. En aquesta conjunció entre l'ús de les TIC i el cooperativisme agroecològic, ens fem una sèrie de preguntes que es relacionen en diferents aspectes.

2.1 Adopció i impacte de les TIC

En un marc global, ens preguntem per com s'articula l'adopció de les TIC en una cooperativa de consum agroecològica i el seu impacte intern i extern:

- Volem saber si hi ha una comissió o una persona específica que es responsabilitza del tema i/o si les cooperatives reben suport extern. Si hi ha suport extern, ens preguntem per la tipologia de proveïdor.
- En relació a l'impacte de les TIC, ens preguntem si les cooperatives de consum agroecològic adopten la tecnologia en la seva activitat diària i, si és així, per quin motiu ho fan. Aquesta adopció agilitza la gestió que comporta l'operativa de la comanda setmanal? Facilita la comunicació interna i externa de l'activitat de l'organització? L'ús de les TIC té l'objectiu de fer més eficient el temps —reduint-lo— dedicat a la logística de la cooperativa? Gràcies a l'aportació de les TIC, s'incrementa l'eficàcia de l'organització?
- En relació a la socialització digital de l'activitat de la cooperativa, ens preguntem pel nivell d'ús de les xarxes socials i quines són les plataformes de xarxes socials adoptades.
- En relació a l'impacte en els membres de l'organització, ens preguntem si l'adopció de les TIC ha generat una discriminació entre persones que tenen coneixements sobre les eines i el seu ús i les que no en tenen.

2.2 Polítiques tecnològiques i de coneixement

En relació a les polítiques tecnològiques, ens preguntem sobre quins criteris es fonamenta l'elecció d'unes eines o unes altres i quin accés es permet als continguts generats:

- Quin programari s'utilitza per a la gestió de la comanda? I per a la publicació de continguts en un portal web? Aquest programari se situa en el marc de valors que promouen els comuns digitals?
- En relació a les polítiques de coneixement adoptades, ens preguntem si les cooperatives es preocupen per la llicència de continguts utilitzada i, si ho fan, si utilitzen llicències properes als comuns digitals.

2.3 TIC i eixos principals del cooperativisme de consum agroecològic

Finalment, ens preguntem per l'impacte de les TIC en les tres dimensions que defineixen el cooperativisme de consum agroecològic:

- En relació a l'agroecologia —com a part dels CCC—, ens preguntem si les TIC poden ser un revulsiu en el canvi d'escala i, si ho són, quin és el motiu.
- En relació al cooperativisme —com a part de l'ESS— i els seus valors, ens preguntem si les TIC poden articular una nova relació entre productors i consumidors i, si és així, quina forma adopta. Les TIC generen espais de relació menys jeràrquics i, per tant, més horitzontals? En referència a la intercooperació, les cooperatives comparteixen productors? Si ho fan, es coordinen entre elles? Utilitzen les TIC per intercooperar?
- En relació al vincle amb els MMSS, ens preguntem si l'ús de les TIC permet generar nous espais de participació —en base a la tecnopolítica— per a l'acció política extrarepresentativa o extrainstitucional? Si es produeixen aquests espais de participació política, volem saber per quin motiu es produeixen i si ho fan de manera uniforme en totes les cooperatives o si, al contrari, es generen diferents models organitzatius. També ens preguntem si la participació es produeix des de l'àmbit col·lectiu, és a dir com a cooperativa de consum agroecològic, o a través de la participació dels seus membres a títol individual. Finalment, volem saber si hi ha interlocució de les cooperatives amb altres xarxes d'acció política i social, per tant, superant l'activisme de l'àmbit agroecològic.

En definitiva, les nostres preguntes de recerca cerquen el potencial impacte de les TIC en el consum cooperatiu agroecològic. Així doncs, el conjunt de respostes ens hauria de determinar fins a quin punt les nostres organitzacions d'estudi adopten una estructura de cooperatives de consum agroecològic de plataforma.

PART 2. MARC TEÒRIC

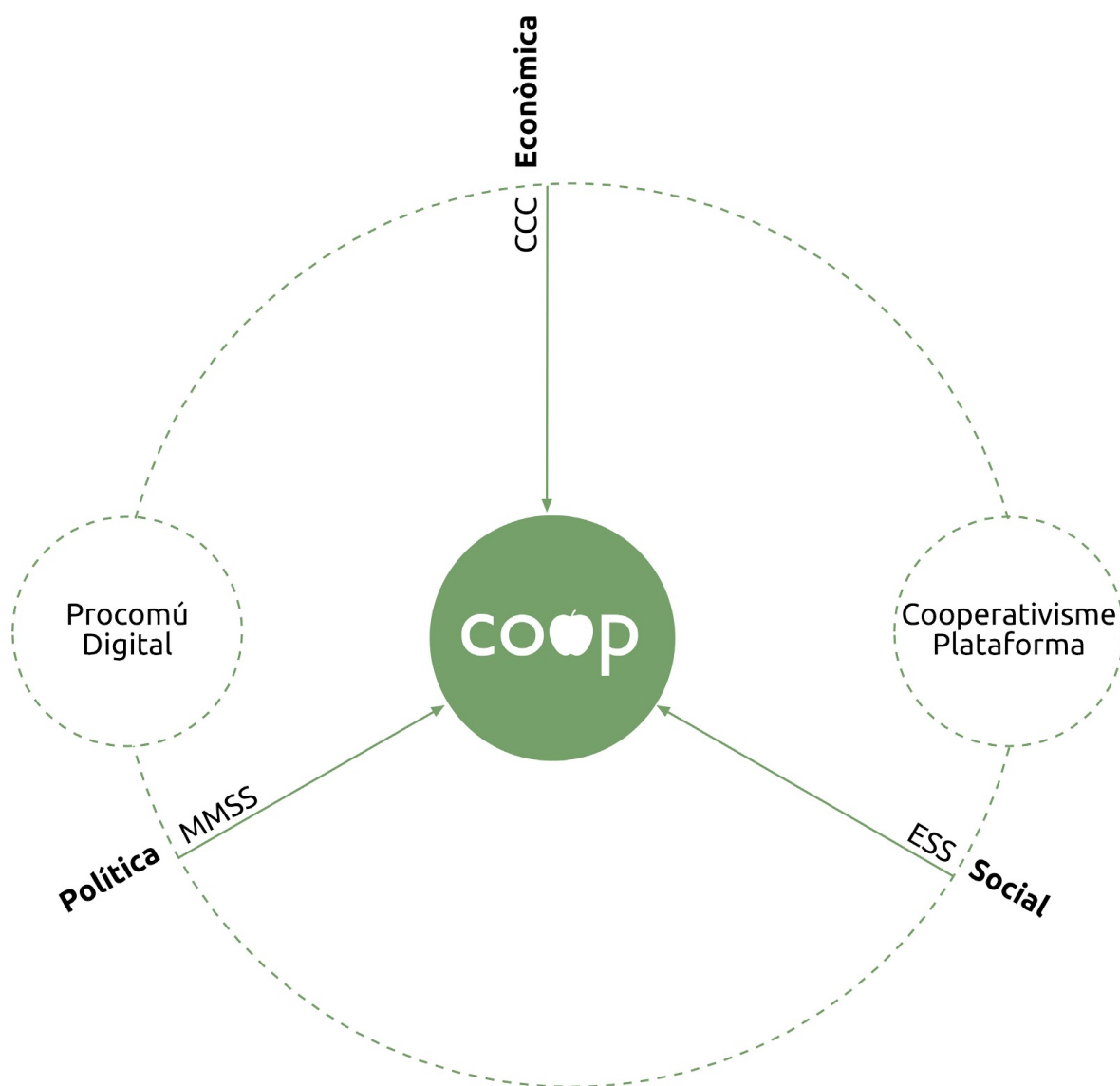


Figura 2. Marc teòric de la investigació. Font: autor.

Com hem vist a la introducció, l'objecte d'estudi de la nostra investigació es caracteritza a partir del creuament de tres àmbits (els Circuits Curts de Comercialització, l'Economia Social i Solidària i els Moviments Socials) amb una colla de variables compartides i que contempen tres dimensions: l'impacte econòmic, l'impacte social i l'impacte polític.

En el proper capítol del marc teòric, situem la pertinença del nostre objecte d'estudi com a part de la tipologia de models dels Circuits Curts de Comercialització (CCC) sota l'aproximació de l'autogestió i la cooperació agroecològica. A continuació, contextualitzem el paper de les cooperatives en el

marc de la construcció d'un mercat social més ampli, en base als criteris de l'Economia Social i Solidària (ESS). Seguidament, situem el lligam entre els grups de consum, en tant que pràctiques de l'ESS, i la seva participació en els Moviments Socials (MMSS); i, finalment, dediquem el darrer bloc d'aquesta part al paper de les TIC que, com hem apuntat, té una doble connexió amb els comuns digitals i el cooperativisme de plataforma.

És a dir, veurem l'encaix de les cooperatives de consum en l'espai de la promoció del consum local (CCC), sota el paraigua d'un model econòmic més just (ESS) i amb voluntat d'erigir-se com a subjecte polític a través dels MMSS de base. Aquest triple encreuament d'àmbits permet una comprensió holística de la seva dimensió social, econòmica i política que, com veurem més endavant, té en les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) un instrument essencial per a la seva organització.



9s pebrots

*9 pebrots es vesteixen a raó de la distància entre el lloc de producció i el de consum.
Fotografia de Jordi Plana Pey.*

Capítol 3. CONSUM DE PROXIMITAT I AGROECOLOGIA

En aquest capítol valorem el pes dels Circuits Curts de Comercialització (CCC) en el context del mercat actual, en tant que element clau per l'impacte econòmic local que representa. A continuació, veurem la posició dels grups i les cooperatives de consum que, amb una forta convicció sobre les possibilitats que ofereix el cooperativisme agroecològic, promouen els CCC. Per tant, afavorint el consum de productes agroecològics de proximitat i la intermediació directa amb el productor.

3.1 Definició i tipologia dels Circuits Curts de Comercialització i el seu impacte

La definició de «Circuits Curts de Comercialització» és, en si mateixa, polèmica. Segons l'Observatori Europeu Leader (2000), els CCC fan referència al nombre d'intermediaris entre consumidor i productor. Si la comercialització es produeix sense intermediaris, la considerem «venda directa» dintre dels CCC (Valls, 2006; Maréchal, 2008). De tota manera, la pròpia Unió Europea, en la definició recollida en l'article de la Proposta de Reglament Europeu i del Consell (2013) sobre l'ajuda al desenvolupament rural a través del Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural (FEADER), es focalitza, entre altres aspectes, explícitament, en la proximitat geogràfica. Així, defineix els CCC com «una cadena de subministrament formada per un nombre limitat d'agents econòmics, compromesos amb la cooperació, el desenvolupament local i les relacions socioeconòmiques entre productors i consumidors en un àmbit geogràfic proper». En definitiva, l'aproximació conceptual als CCC se situa sobre el marc de treball de la nostra investigació: proximitat geogràfica i desintermediació en la comercialització de productes agroalimentaris.

Per entendre les diferents modalitats de CCC, considerant la proximitat, en tant que relocalització i resocialització, i si l'acció de consum és en forma individual o col·lectiva, és d'utilitat l'esquema (Figura 3) de Binimelis i Descombes (2010). En aquest esquema podem observar que les cooperatives i grups de consum que tenen un caràcter col·lectiu ocupen una posició mitja en relació al grau de proximitat, entre modalitats d'autoabastiment (horts comunitaris) i altres tipologies de consum més esteses com són els supermercats o la restauració.

Per resumir-ho, **el desenvolupament de diferents models de negoci al voltant dels CCC, on les cooperatives i grups de consum estan inclosos, articula un abastament de productes agroalimentaris locals que ha d'afavorir el desenvolupament social i econòmic local.** Badal et al. (2010) afegeixen que els grups i les cooperatives de consum agroecològic no només s'interessen per l'abastament local, sinó que també promouen el consum crític i el comerç just.

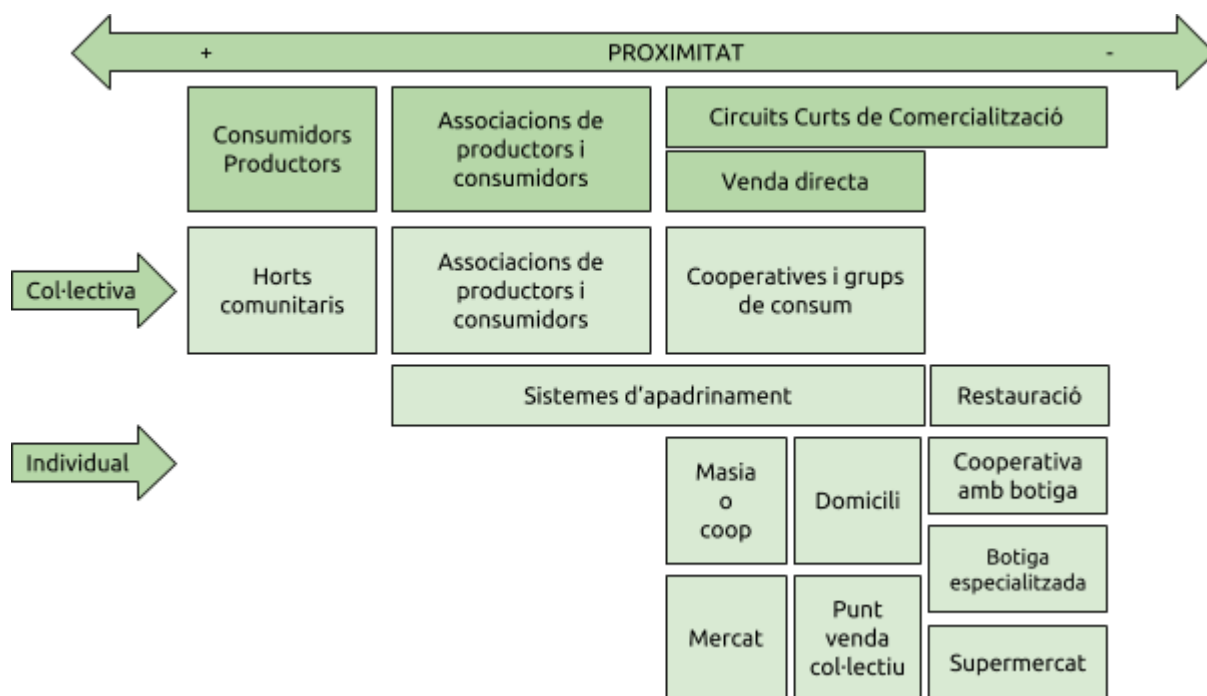


Figura 3. Circuits Curts de Comercialització Agroalimentària. Font: Binimelis i Descombes (2010) a partir de Venn et al. (2006) i Maréchal (2008).

Si avaluem l'impacte dels CCC en el conjunt de la comercialització a nivell global, veurem una tendència positiva en la mitjana de quilòmetres que recorren els aliments importats a Espanya: els 5.013 km de mitjana de l'any 2007 passen a ser 3.827,8, segons Simon Fernández et al. (2012). En tot cas, el volum d'aliments importats —i per tant, amb un recorregut llarg— és rellevant: 25,483 milions de tones que provoquen un impacte de 4,212 de tones de CO₂. De fet, segons l'Informe de la indústria, la distribució i el consum agroalimentaris a Catalunya 2014, Avanç 2015 i 2016 (DARPA, 2017), Catalunya importa el 12% dels aliments que consumeix (-0,1% respecte a l'informe DARPA 2016) i n'exporta el 14,2% dels que produeix (+0,5% respecte a l'informe DARPA 2016). D'altra banda, si revisem les conclusions de l'informe realitzat per l'Observatori de Preus dels Aliments (MAGRAMA) sobre la situació dels «Canals Curts de Comercialització en el Sector Agroalimentari» (2012), observem certa moderació en l'amplificació dels CCC a Espanya ja que, malgrat la generació de plataformes digitals que permeten una comercialització directa entre productors i consumidors, les dades analitzades ni mostren un creixement de les organitzacions que comercialitzen productes de proximitat desintermediats (màxim un intermediari), ni xifres destacables d'interès pels aliments locals per part de la ciutadania espanyola (66%), respecte a la mitjana europea (89%), segons l'«Special Eurobarometer 368 - The Common Agricultural Policy» (2011). És a dir, malgrat que hi ha un creixement gradual del consum de productes locals, no s'amplia el número d'organitzacions que els

comercialitzen i la ciutadania espanyola, respecte a aquest tema, té un interès menor que la mitjana europea.

3.2 Sobirania Alimentària i cooperació agroecològica en resposta a la crisi alimentària mundial

La deslocalització de la producció, fruit del model de consum alimentari actual, té un recorregut i una solidesa estructural que genera com a resultat una crisi alimentària mundial permanent (Vivas, 2014). L'any 1996, alertada pel nombre de persones que passen fam al món, 830 milions aleshores segons la Food and Agriculture Organization (FAO), l'Organització de les Nacions Unides (ONU) assumeix com un dels «Objectius del Mil·lenni» reduir l'any 2015 la xifra a la meitat. Arribats a l'any 2015, es fa palès que no s'ha assolit l'objectiu ja que, segons la mateixa FAO, 794,6 milions de persones passen gana al món (Figura 4).

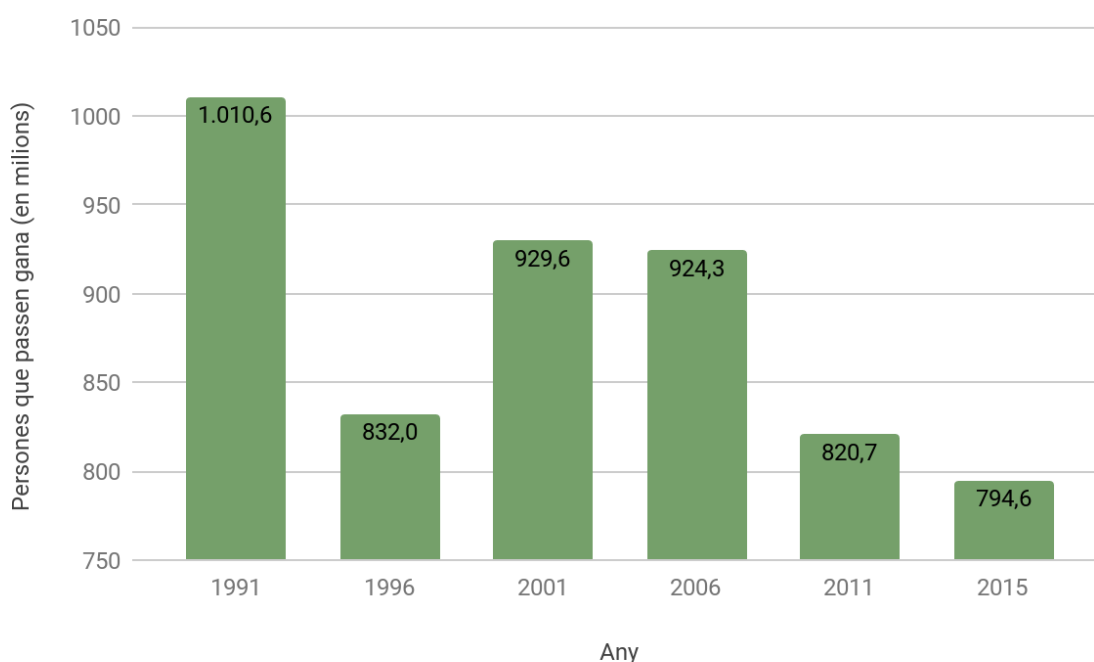


Figura 4. Evolució del nombre de persones (en milions) que pateixen fam al món. Font: FAO.

A l'hora de valorar les causes d'aquesta crisi alimentària estancada, com indiquen Badal et al. (2010), observem dues perspectives contraposades. Per una banda, els arguments que proporcionen les agències, organismes i institucions internacionals, que relacionen la fam amb els fenòmens climatològics adversos en els països productors, l'augment del consum de carn en els països que s'han desenvolupat econòmicament en els darrers anys, l'augment dels costos de producció, transformació, transport i distribució associats a l'increment del preu del petroli, l'ús de cereals com a agrocombustible i l'especulació financera en el mercat de matèries primeres. D'altra banda, sense negar aquestes causes de caràcter conjuntural, un ventall d'organitzacions camperoles, investigadors i organitzacions de la societat civil situen la crisi alimentària com a resultat de la «destrucció sistemàtica» per part dels agents que manipulen antidemocràticament el mercat agroalimentari mundial, dels sistemes alimentaris dels països de

la perifèria³ (Deere, 2008). Amb la voluntat de descriure el model agroalimentari actual, les seves bases i conseqüències, Badal et al. (2010) en «Arran de terra. Indicadors participatius de Sobirania Alimentària a Catalunya», destaquen dos aspectes que són claus per entendre l'expansió de la Sobirania Alimentària com a un moviment global:

- La revolució verda que es produeix a la dècada del 1960 i que té la voluntat de donar resposta a la fam a través de la intensificació i la industrialització de l'agricultura, però que provoca un conjunt de conseqüències rellevants, tant a nivell mediambiental (desforestació, empobriment dels sòls, sobre despesa de recursos hídrics...) i socioeconòmic (aparició de plagues i malalties, enriquiment concentrat, endeutament de petits camperols...), com cultural (deslocalització de l'activitat agrícola, pèrdua de prestigi...).
- La liberalització del comerç, gràcies a l'acció d'institucions com el Fons Monetari Internacional (FMI) o el Banc Mundial, i els acords de lliure comerç, promoguts per l'Organització Mundial del Comerç (OMC), permeten que el monopoli de la producció i la transformació d'aliments, també afecti la distribució i la comercialització.

Com a resposta, i en el marc de la mateixa cimera de la FAO a Roma de l'any 1996, el moviment camperol internacional, La Vía Campesina, que agrupa 148 organitzacions de 69 països, comença a **promoure el concepte de Sobirania Alimentària per reclamar el dret dels pobles a determinar les polítiques agrícoles i alimentàries que els afecten: a tenir dret i accés a la terra, als recursos naturals, a poder alimentar-se de forma sana i saludable amb aliments lliures de transgènics, a protegir i a regular la producció i el comerç agrícola interior amb l'objectiu d'aconseguir un desenvolupament sostenible i garantir la seguretat alimentària** (Sobirania Alimentària, s.d.). El Fòrum Internacional de la Sobirania Alimentària, celebrat a Sélingué l'any 2007, es converteix en altaveu i expansió del moviment que té el reforç dels Moviments Socials antiglobalització sorgits a partir de les revoltes de Seattle l'any 1999.

Si centrem l'atenció a Catalunya, observem com la industrialització de les activitats agràries que es produeix en els darrers cent anys redueix la pagesia a la mínima expressió, passant de classe majoritària a sector productiu minoritari (Ferrer i Alòs, 2009). Fins i tot, Majoral (2006) parla de «la fi de la societat pagesa». De fet, si analitzem les dades dels darrers anys, la tendència segueix sent negativa (Figura 5).

³ Mentre que els països del centre són aquells que dominen el sistema-món en l'àmbit polític i econòmic, i en ells els nivells d'eficiència en la producció agroindustrial i d'acumulació de capital són els més alts (Europa Occidental, Estats Units i el Japó), els països «perifèrics», estan caracteritzats per tenir un sistema de producció menys sofisticat i mecanitzat que els països del «centre» i per tant, la seva producció, basada fonamentalment en l'exportació de matèries primeres i productes agrícoles, està menys valorada en els mercats internacionals. Bona part dels Estats d'Àsia, Àfrica i Amèrica Llatina estarien inclosos en aquest grup. Political Geography: World-economy, Nation-state and locality (Flint i Taylor, 2007).

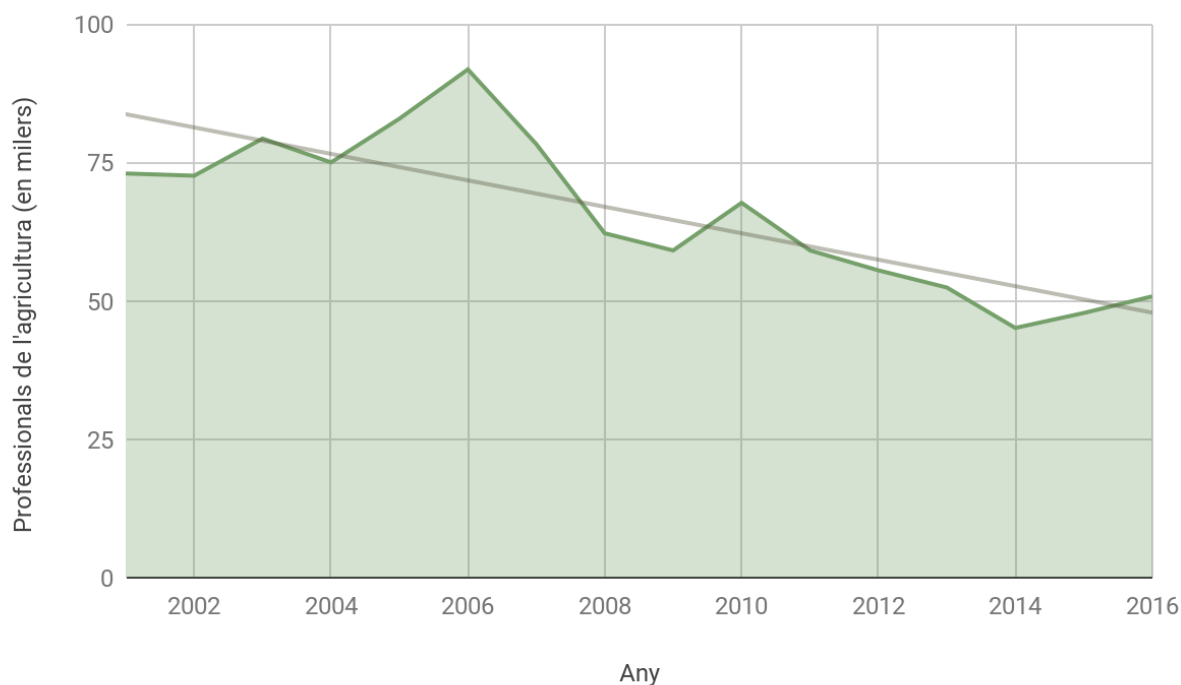


Figura 5. Evolució de les persones, per milers, que dediquen la seva activitat professional a l'agricultura (2001-2016). Dades: Idescat. Font: autor.

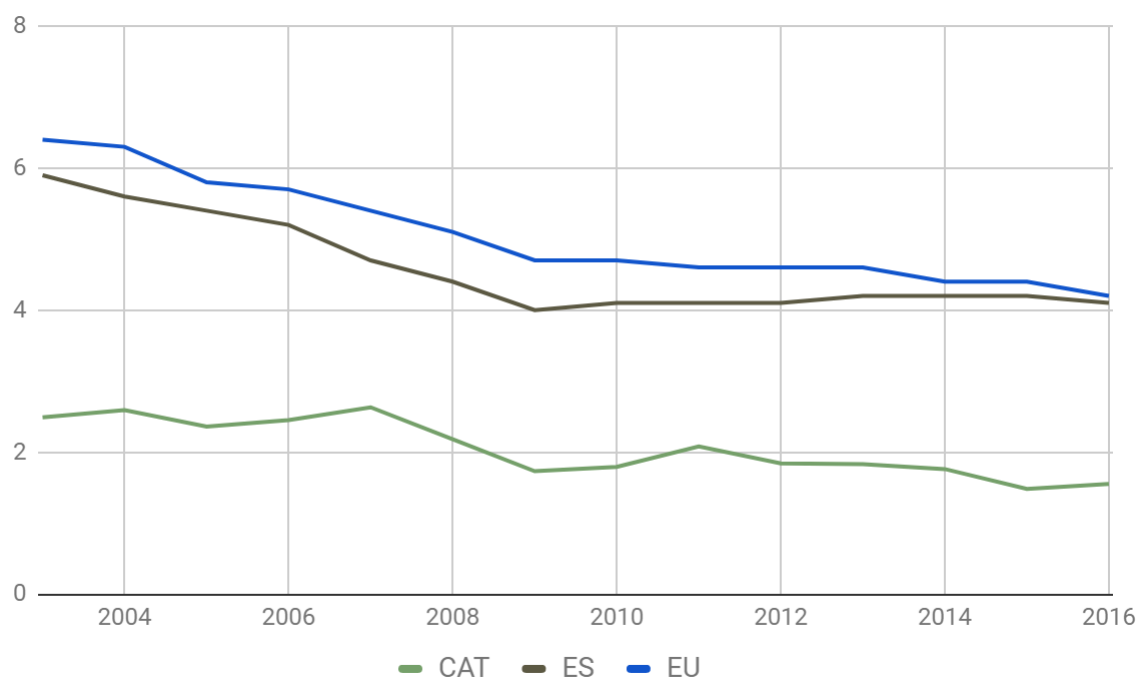


Figura 6. Evolució de les persones, per milers, que dediquen la seva activitat professional a l'agricultura (2002-2016). Dades: Idescat (CAT), Zona euro (ES), Eurostat (EU). Font: autor.

L'any 2001, Catalunya té 73.000 persones que es dediquen a l'agricultura (el 2,6% de la població activa); mentre que a l'any 2016, només 50.800 persones s'hi dediquen (1,6% de la població activa). A nivell espanyol i del conjunt de la Unió

Europea, el percentatge de població que dedica la seva activitat professional a l'agricultura és baix, però doblant les dades de Catalunya (Figura 6).

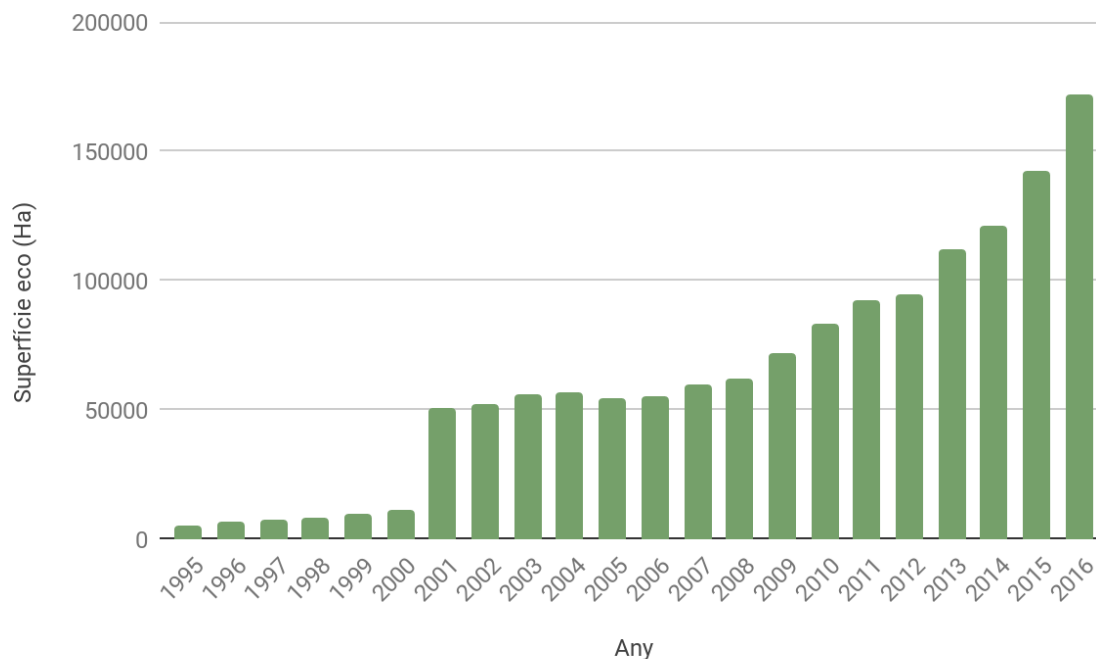


Figura 7. Evolució de la superfície ecològica conreada (hectàrees) a Catalunya (1995-2016). Dades: Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE). Font: autor.

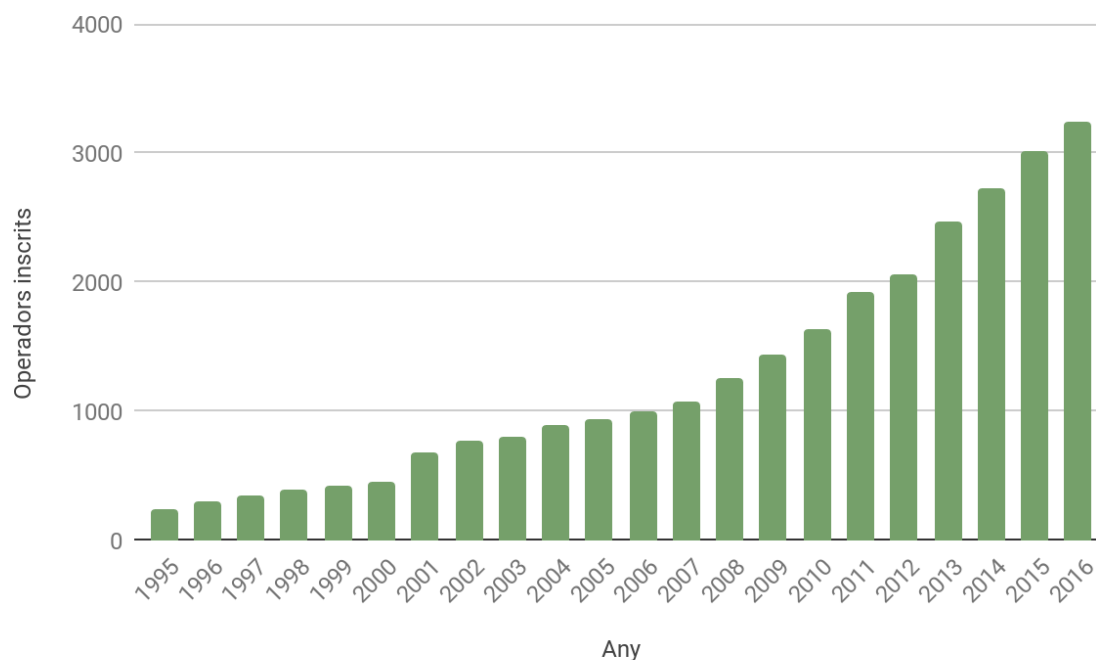


Figura 8. Evolució dels productors ecològics inscrits a Catalunya (1995-2016). Dades: Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE). Font: autor.

Malgrat que el percentatge de població que es dedica a l'agricultura és baix, el volum de negoci que genera la indústria de productes alimentaris és el més potent del país amb un 17,5% (segons les dades de l'Idescat sobre volum de negoci per sectors, 2014). Per tant, aquesta dada corrobora i contextualitza els interessos econòmics que es mouen al voltant del sector agroalimentari, també a Catalunya. Al mateix temps, l'interès per la producció ecològica no deixa de créixer, tant en superfície conreada (Figura 7), com en nombre de productors (Figura 8).

En el moment d'analitzar la producció agrària a Catalunya i el seu impacte, advertim d'un nou punt de complexitat. Aquest radica en el fet que alguns productors del sector agroecològic observen la denominació ecològica i el segell que la reconeix (CCPAE) com un nou instrument per reduir la perspectiva transformadora de la producció i el consum de productes ecològics. Fins i tot, sovint, aquests productors assenyalen la injustícia que suposa el sobrecost de certificar una producció que realment és respectuosa amb el medi ambient (Martín-Mayor, Homs i Flores-Pons, 2017). Aquí és on entra en joc l'agroecologia que, vinculada a la voluntat d'aplicar la Sobirania Alimentària a la pràctica, valora tots aquells aspectes que signifiquen la producció, la transformació, la distribució i la comercialització de productes alimentaris. És a dir, **l'agroecologia, a diferència de l'agricultura ecològica, no només es preocupa que el tipus de producció sigui més respectuós amb el medi ambient, sinó també de la seva capacitat per transformar socialment i políticament el model de consum, posant la persona i no el capital en el centre de l'economia** (Altieri, 2002; Badal et al., 2010; Martí, Homs i Flores-Pons, 2017). Així doncs, l'agroecologia, com a base de la Sobirania Alimentària, situa l'organització cooperativa des d'una perspectiva local com una forma d'instrumentalitzar l'acció autogestionada al marge del model capitalista.

L'agroecologia a Catalunya es comença a gestar «durant la segona meitat dels 70 i durant els anys 80 marxen al camp (primer a Gallecs, al Vallès, més tard al Maresme, al Montseny i a la Garrotxa) els primers grups de neorurals que adopten l'agricultura ecològica com a estratègia d'autoabastiment. També durant aquesta etapa sorgeixen les primeres associacions del ram (Vida Sana, 1974); les primeres experiències productives (Cal Valls, 1979); les primeres iniciatives d'acostament entre productors, consumidors i tècnics en producció agrària ecològica (Coordinadora d'Agricultura Ecològica, 1983); les primeres iniciatives de certificació (Vida Sana, 1983); les primeres cooperatives de consum ecològic (El Brot, Reus, 1986; El Rebot, Girona, 1988); i les primeres ofertes formatives en producció agrària ecològica (PAE) i energies renovables (Escola Agrària de Manresa, 1989); etc.» (Badal et al., 2010).

A la dècada del 1990 apareixen els primers projectes cooperatius de distribució ecològica, Hortec i Món Verd. Al mateix temps, l'any 1993, neix la primera cooperativa de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona, Germinal, que estableix la base per a l'organització autogestionada de consumidors, aspecte recurrent dels col·lectius que formen part d'aquesta investigació.

La solidesa i el compromís d'aquests primers projectes que s'articulen al voltant de tot el procés de producció, transformació, distribució i comercialització de productes agroecològics són la clau de volta per comprendre el paper que juga la Sobirania Alimentària a Catalunya en les darreres tres dècades, i que queden recollides en l'estudi «Arran de terra. Indicadors participatius de Sobirania Alimentària a Catalunya» (Badal, M.; Binimelis, R.; Gamboa, G.; Heras, M. i Tendero, G., 2010) promogut per l'Associació EntrePobles i l'Institut d'Economia Ecològica i Ecologia Política, i que hem referenciat en repetides ocasions en aquest capítol.

Més recentment, la «Carta para una Soberanía Alimentaria desde nuestros municipios», sorgida al I Congrés Internacional d'Economia Social i Solidària (REAS, Saragossa, 2014), té l'objectiu d'orientar, a través de la proposició de diferents mesures, vers la promoció de l'expansió dels Circuits Curts de Comercialització agroalimentaris en l'àmbit de polítiques públiques municipals, basant-se en els principis de la Sobirania Alimentària. Així, s'estableixen propostes cap a un nou model de governança alimentària, la protecció i gestió territorial, la dinamització del sector agroalimentari, la gestió dels recursos productius, la comercialització i el consum de proximitat i el canvi cultural. En el cas de la ciutat de Barcelona, aquests principis es recullen i es concreten a l'estudi «Mesures per construir una sobirania alimentària a Barcelona. Recull de propostes per al desenvolupament de polítiques municipals» (Llaurant Barcelona, 2016) que té en el projecte «Sant Llàtzer: Proposta d'un espai de referència de l'agroecologia urbana integrat en les estratègies d'adaptació i mitigació al canvi climàtic» (Montserrat, 2017) un punt més de concreció en la proposta de transformació d'aquest espai urbà situat a la Vall de Can Masdeu.



pomà

Les empremtes digitals ens recorden que darrere de cada producte alimentari que consumim hi ha un procés de producció, transformació, distribució i comercialització.

Fotografia de Jordi Plana Pey.

Capítol 4. LA CONSTRUCCIÓ DE MERCAT SOCIAL

Després de contextualitzar els grups i les cooperatives de consum agroecològic en el marc dels Circuits Curts de Comercialització (CCC), en aquest tercer capítol resseguim la seva pertinença al conjunt de pràctiques pròpies de l'Economia Social i Solidària (ESS) que és, al mateix temps, pràctica econòmica i moviment social i es vertebrava en els barris de Barcelona, en tant que ecosistemes cooperatius (Fernández i Miró, 2016).

4.1 Definició d'Economia Social i Solidària i Mercat Social

L'ESS, com a tal, és un terme que està en ple procés de definició i que, com veurem posteriorment, agafa la suma de la conceptualització de l'Economia Social i l'Economia Solidària.

Economia Social. Segons la tradició europea que recull la «Charte de l'économie sociale» (1980), l'Economia Social incorpora aquelles organitzacions que no s'inclouen en el sector públic, amb funcionament i gestió democràtica i igualtat de drets i deures dels seus membres, que destinen els seus excedents al creixement de l'entitat i a la millora de serveis de la comunitat. A nivell constitutiu, l'Economia Social a Europa es refereix a associacions, a mutualitats i a cooperatives. Actualment, a Europa, l'Economia Social implica dos milions d'organitzacions, el 10% de la totalitat. El sector permet l'ocupació de més de 14,5 milions de persones, que representen el 6,5% de la població europea (SEE, 2015).

De totes maneres, no podem obviar en la seva definició que l'arrel de l'Economia Social té un fort component de debat polític i un vincle amb la voluntat de cercar fórmules alternatives al capitalisme en el marc de l'expansió de la Revolució Industrial i l'aparició de la classe treballadora. Així, els pioners de Rochdale (1844), amb l'establiment dels «Principis de Rochdale»⁴, donen peu a l'inici del moviment cooperativista modern que, a Catalunya, també té un lligam amb la lluita de les classes populars i treballadores, reconeguda en la pionera «Llei de Bases de la Cooperació per a Cooperatives, Sindicats Agrícoles i Mutualitats», aprovada pel Parlament de Catalunya el 14 de febrer de l'any 1934.

Més recentment, el debat sobre l'Economia Social es reactiva amb força a Europa arrel dels moviments socials de la dècada dels 60, comportant el naixement de noves pràctiques que afirmen la necessitat d'associar la dimensió econòmica de

⁴ L'Aliança Cooperativa Internacional, en el seu darrer Congrés de Manchester el setembre de 1995, va adoptar la Declaració sobre la Identitat Cooperativa, que inclou un conjunt revisat de principis que pretén guiar les organitzacions cooperatives a principis del segle XXI i que parteix dels principis cooperatius de Rochdale: 1) adhesió voluntària, 2) gestió democràtica per part dels socis, 3) participació econòmica dels socis, 4) autonomia i independència, 5) educació, formació i informació, 6) cooperació entre cooperatives i interès per la comunitat.

les mateixes amb la voluntat de crear transformació social (Fernández i Miró, 2016).

De tota manera, davant la proliferació d'organitzacions que es vinculen a l'Economia Social amb una aproximació més filantròpica que transformadora, l'entitat que la promou a Europa, Social Economy Europe⁵, assenyala la rellevància de no dissoldre el terme amb formes organitzatives o aproximacions confuses com empreses socials o «social business», impeding-ne així un desenvolupament coherent (SEE, 2015).

En aquest punt cal fer notar que el concepte d'Economia Social, amb origen a l'Europa llatina, té una aproximació diferent a la denominació «Tercer Sector», sorgida als països anglosaxons per referenciar a les associacions de tradició filantròpica que intenten cobrir les deficiències del mercat i de l'Estat i que no tenen ànim de lucre (Estivill, 2015) però que són de caràcter privat, no distribueixen els beneficis amb els seus socis i tenen una forta participació de persones voluntàries. Per aquest motiu, a Catalunya, la generació de noves entitats que, més enllà de proveir de béns i serveis, accentuen la seva dimensió social i política i que tenen la voluntat de promoure un nou marc social, més igualitari i just, té com a resultat el desenvolupament del «Tercer Sector Social» (Fernández i Miró, 2016).

L'associació, el mutualisme i la cooperativa són les tres institucions obreres que articulen aquesta nova economia social a Catalunya. L'Associació promou el dret a organitzar-se, el Mutualisme, el suport mutu davant les embranzides de la industrialització i la privatització dels béns comuns i la Cooperativa permet suprimir l'intermediari comercial i mancomunar les compres, per a vertebrar un aprovisionament autogestionat i democràtic (Miró, 2015). En qualsevol cas, com assenyalen Pérez de Mendiguren i Etxezarreta (2015), les organitzacions que formen part de l'Economia Social, més enllà de la seva forma constitutiva, han de complir una sèrie de valors i principis d'actuació, recollits per la Social Economy Europe, i que s'estructuren basant-se en els principis definits per autors com Monzón (2003) i Chaves et al. (2003): «i) una clara prioritat de les persones sobre el capital (tant en la presa de decisions com en el repartiment de l'excedent); ii) l'aposta per l'autonomia i la democràcia en la gestió; iii) la solidaritat (interna i externa); iv) i la prioritat del servei als seus membres i a la comunitat per sobre de la consecució de beneficis».

Economia Solidària. Sota el paraigua de l'Economia Solidària se situen un conjunt heterogeni d'enfocaments teòrics, realitats socioeconòmiques i

⁵ La Social Economy Europe s'estableix com l'organització representativa de la Unió Europea per a l'Economia Social <http://www.socialeconomy.eu.org/>

pràctiques empresarials que, des de l'últim quart del segle XX, desenvolupen un creixent sentit de pertinença a una forma diferent de fer economia i els processos econòmics de la societat actual:

«Davant de la lògica del capital, la mercantilització creixent de les esferes públiques i privades i la cerca de màxim benefici, l'Economia Solidària persegueix construir relacions de producció, distribució, consum i finançament basades en la justícia, la cooperació, la reciprocitat i l'ajuda mútua. Davant del capital i la seva acumulació, l'Economia Solidària advoca per situar les persones i el seu treball en el centre del sistema econòmic, atorgant als mercats un paper instrumental sempre al servei del benestar de totes les persones i de la reproducció de la vida al planeta» (Pérez de Mendiguren et al., 2009:13).

Singer (2002) planteja l'Economia Solidària com una estratègia alternativa per organitzar la producció i els intercanvis de forma diferent al capitalisme, en la qual se situï la persona com a prioritat i no l'acumulació de capital. Malgrat Singer es refereix ja a la possibilitat que sigui la persona a nivell individual o col·lectiu (a través d'una cooperativa), Mance (1999) fa un pas més i es refereix a la col·laboració solidària com una fórmula que, a través del treball i el consum compartit, on les persones siguin el centre d'interès, construeixi una nova societat postcapitalista.

Tant Singer com Mance situen l'atenció en l'emancipació de la classe treballadora, per la qual cosa Gaiger et al. (2009) es refereix a «economia popular solidària» com un:

«Conjunt d'empresaments productius, amb un cert grau de democràcia interna, i que tracta al treball i al treballador en una forma privilegiada en comparació al capital, ja sigui en un ambient rural, ja sigui en un ambient urbà o suburbà. (...) Els empresaments d'economia solidària, potencialment troben en el treball col·lectiu i en les motivacions dels treballadors, una important font de competitivitat i d'eficiència, avui en dia reconeguda inclús pel capitalisme contemporani» (Gaiger et al., 2009:138).

Malgrat és complicat donar una definició unificada d'Economia Solidària, sí que hi ha un cert consens en el seu caràcter interdisciplinari (Coraggio, 2011; Guerra 2014, 2009; Martínez i Álvarez, 2008). En aquest sentit, Pérez de Mendiguren i Etxezarreta (2015) proposen la complementarietat de tres dimensions:

- a) La dimensió teòrica que ofereixen autors com Laville (2009, 2004), Martínez i Álvarez (2008), Hintze (2010) i Coraggio (2009) des de l'antropologia i la sociologia crítica, que ubiquen l'Economia Solidària com a resposta a la revisió crítica del model econòmic dominant.
- b) La dimensió de proposta política de transformació social i, per tant, de moviment social i econòmic alternatiu al derivat de la lògica capitalista que argumenten Laville (2009), Coraggio (2009), Arruda (2005, 2004) i Guerra (2009).
- c) La dimensió més enfocada a definir un tipus específic d'empreses basades en la democràcia, l'autogestió i l'empresariat col·lectiu (Martínez i Álvarez, 2008), i que cerca funcionar amb una lògica diferent a la de les organitzacions mercantils tradicionals (Martínez i Álvarez, 2008; Askunze, 2013, 2007).

Mercat Social. A l'hora d'articular un marc d'acció que permeti la construcció d'un nou model econòmic, social i polític en base a l'Economia Social i Solidària es fa evident la necessitat de reforçar la intercooperació entre agents. En aquest sentit, Garcia (2002) defineix el terme «Mercat Social» com «una xarxa de producció, distribució i consum de béns i serveis (els fluxos), que funciona amb criteris democràtics, ecològics i solidaris en un territori determinat, i que està constituïda, tant per empreses socials com per consumidors individuals i col·lectius, com són ajuntaments, escoles, etc. (els nodes)».

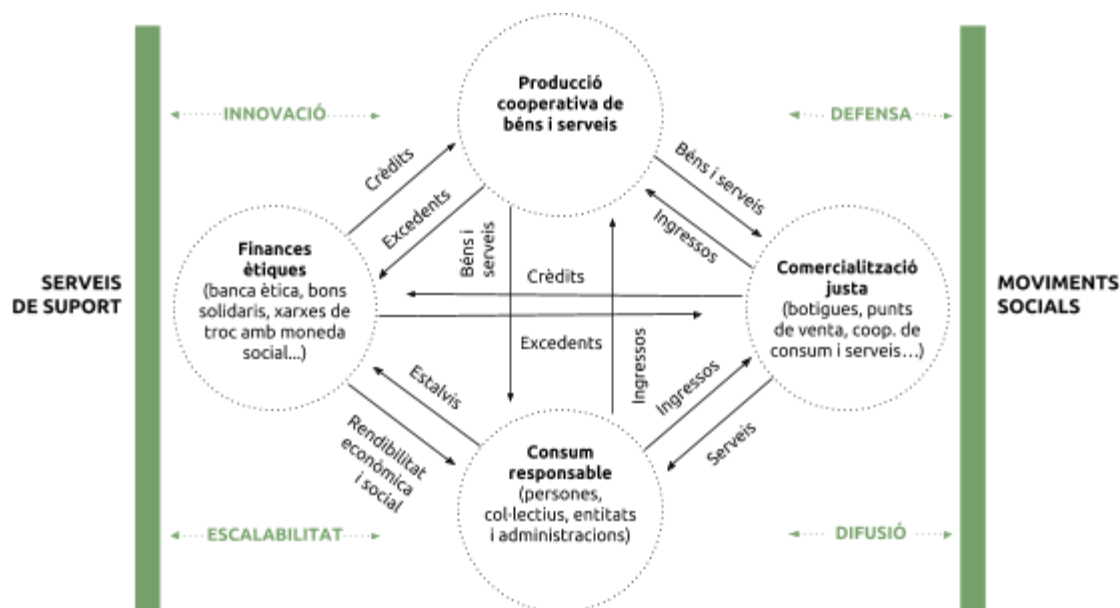


Figura 9. Esquema de Mercat Social amb nodes i fluxos. Autor: Jordi Garcia (2002). Font: Informe Mercat Social 2016.

L'esquema de Mercat Social amb els seus nodes i els fluxos que proposa Garcia (Figura 9) és la base per situar aquell conjunt d'iniciatives econòmiques que estan permetent construir xarxes de béns i serveis a partir de «l'experimentació d'eines complexes de l'àmbit monetari, de certificació, de comunicació o d'organització» (Crespo i Sabín, 2014) i, d'aquesta manera, escalar en l'impacte sobre el mercat capitalista. De fet, en el marc dels serveis de suport, associats també a l'àmbit universitari, com a font de coneixement i anàlisi, situaríem també aquesta investigació.

Varis autors (Méndez i Sabin, 2013; Collado i Casadevente, 2015; Sabin, 2015; Suriñach, 2016, entre d'altres), a l'hora d'afrontar l'augment de l'escala del Mercat Social, indiquen la rellevància de l'emergència del moviment dels comuns urbans, territorialitzats i vinculats a una comunitat o per la producció en l'àmbit digital (aspecte que tractarem al capítol 5), que ofereix una nova visió en aquesta «tercera via» que va més enllà de la dicotomia entre Estat-mercat. En el moment d'abordar l'escalabilitat del Mercat Social i l'ESS, Suriñach (2016), en el marc d'aquest nou paradigma dels comuns urbans, proposa tres espais d'intercooperació en base a l'aprenentatge del cooperativisme:

- Intercooperació vertical per articular un espai de confiança en tota la cadena de producció, transformació, distribució i consum. En aquest sentit, s'apunta l'experiència del cooperativisme agroecològic desenvolupat a Catalunya en les darreres dècades.
- Intercooperació horitzontal, ja sigui temporalment o a través d'un grup cooperatiu, entre agents d'un mateix àmbit productiu, per abordar projectes d'envergadura i que, d'una forma individual, són de difícil accés.
- Intercooperació modular o sectorial per plantejar noves fórmules estructurals que permetin explorar nous camps de treball a través de la complementarietat de diferents disciplines.

En resum, **l'Economia Social situa el focus en definir l'estructura organitzativa i les regles del joc democràtiques per a la seva governança; l'Economia Solidària se centra en definir la missió de les entitats que en formen part, tot situant les persones i no el capital com a prioritat; i el Mercat Social defineix els fluxos entre els agents perquè la suma d'estructura organitzativa i missió facin realitat un nou model econòmic, social i polític: l'Economia Social i Solidària.**

Suriñach (2016), en base a l'esquema «Ecosistema d'economies transformadores» de Porro (2016), interpreta —des de la pràctica— l'expansió de l'ESS a Catalunya com un ecosistema de moviments i fenòmens interconnectats entre ells amb un sentit ampli i holístic (Figura 11). Per una banda, defineix els moviments com aquelles iniciatives amb una certa base social organitzada vers un projecte sociopolític comú i amb una clara intencionalitat d'incidència en l'esfera pública. Aquest seria el cas del moviment entorn al decreixement, l'economia col·laborativa, l'economia del bé comú, l'economia dels comuns, les economies feministes, l'economia social i l'ESS. Per altra banda, defineix els fenòmens com aquelles iniciatives que no tenen necessàriament una base social organitzada sobre un projecte comú i sovint són interpretades des de posicions polítiques diferents. Aquest seria el cas del consum responsable, l'economia circular, les economies comunitàries, l'economia de les cures —el mateix Suriñach, posteriorment (2017), la situa com a moviment—, l'emprenedoria social, la innovació social i la responsabilitat social corporativa.

A l'hora de representar gràficament aquest ecosistema, situa els diferents elements a partir del creuament de dos eixos cartesianes, definint així aquells moviments i fenòmens amb més o menys concentració de poder i amb més o menys compromís ecosocial.

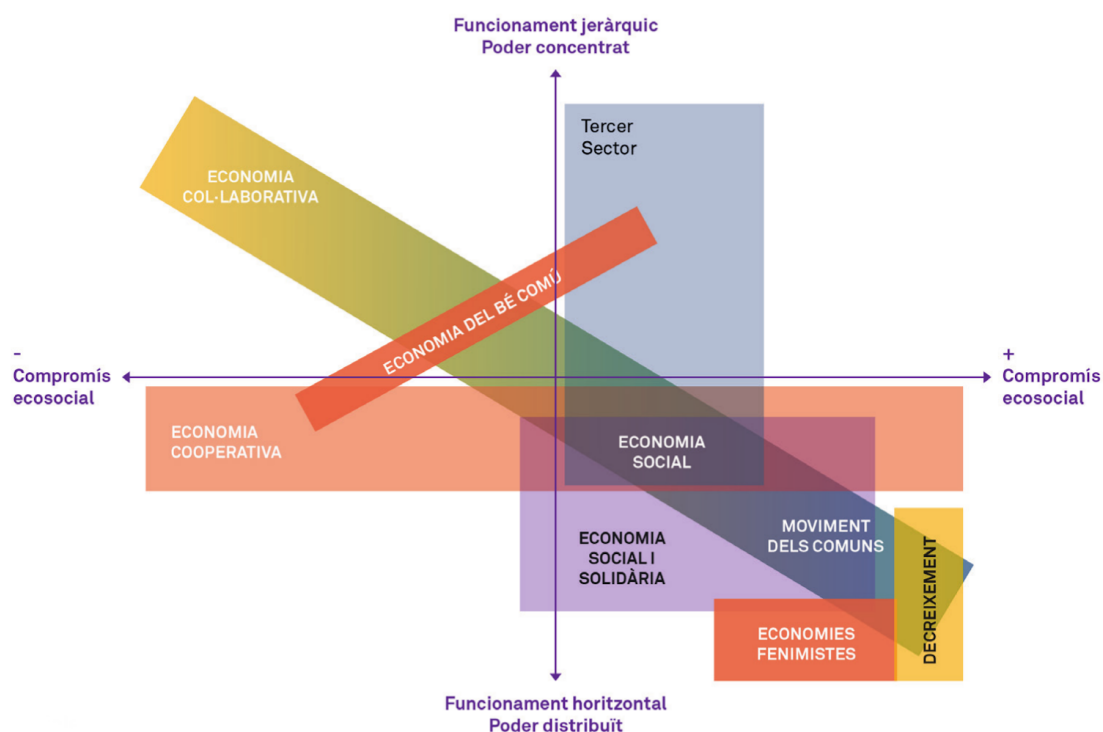


Figura 11. Ecosistema d'economies transformadores. Font: Suriñach (2016) a partir de Porro (2016).

En un segon diagrama (Figura 12), Suriñach (2016) visualitza, segons la seva anàlisi, la situació de cada element respecte a les capes majoritàries de població.

Per a la present investigació, ens interessa observar com l'ESS a Catalunya s'ubica en un posicionament força distant envers l'economia col·laborativa. Per una banda, l'ESS té un poder més distribuït i un major compromís ecosocial que l'economia col·laborativa. Tanmateix, l'economia col·laborativa, amb un fort lligam amb el desenvolupament tecnològic, té un nivell de penetració mediàtic més elevat que l'ESS. En tot cas, en el capítol 6, a l'hora d'ampliar l'anàlisi sobre l'impacte de les TIC, tornarem a referenciar aquest esquema.

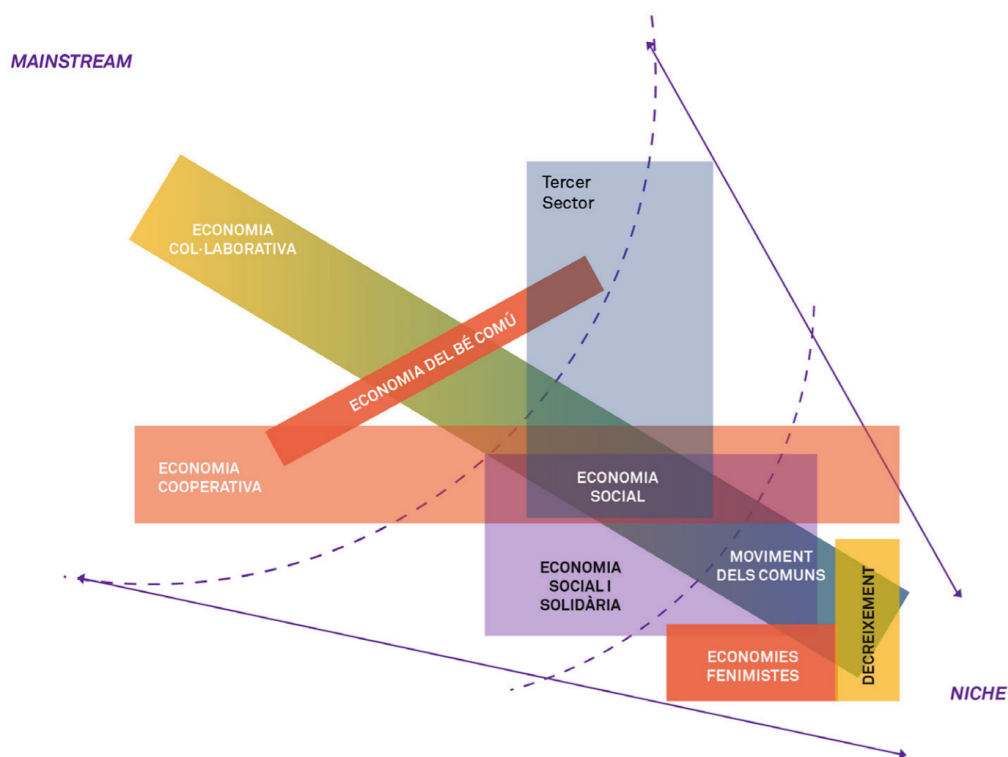


Figura 12. Situació relativa dels diferents moviments en el procés de nínxol a corrent principal.
Font: Suriñach (2016).

En el marc específic de la ciutat de Barcelona, l'informe «L'Economia Social i Solidària a Barcelona» (Fernàndez i Miró, 2016) certifica l'impuls de l'ESS i les seves possibilitats com alternativa al model de consum imperant. Actualment, s'identifiquen 4.718 iniciatives socioeconòmiques i comunitàries vinculades a l'ESS, amb 53.000 persones contractades i un impacte econòmic agregat de 3.750 milions d'euros (el 7% del PIB). A més, es comptabilitzen més de 500.000 persones sòcies d'organitzacions que promouen un consum en el marc de l'ESS i 100.000 voluntàries. La tipologia d'organitzacions definida per Fernàndez i Miró (2016) es conforma de cooperatives, cooperatives de treball, cooperatives de

serveis, cooperatives de consumidors i usuaris, cooperatives d'habitatge, cooperatives d'ensenyament, societats laborals, mutualitats de previsió social, tercer sector social, empreses d'inserció i centres especials de treball, finances ètiques, cooperatives de crèdit, gestió ciutadana i comunitària d'equipaments públics, grups de consum agroecològic, horts comunitaris i municipals.

Per comprendre l'evolució de la implantació de l'ESS a Catalunya es disposa de dos instruments bàsics: el Pam a Pam i el Balanç Social.

El Pam a Pam és el mapa col·laboratiu de l'Economia Solidària. Neix l'any 2012, impulsat per la XES i SETEM, com una prova pilot a Barcelona per identificar aquelles pràctiques que, prèviament avaluades per un equip de persones voluntàries, construeixen un espai on visibilitzar i promoure l'ESS a la ciutat. L'èxit d'aquesta primera experiència fa que es decideixi ampliar el nombre de sectors econòmics i l'abast territorial a tot el país. Així, la voluntat del projecte és donar a conèixer totes aquelles alternatives de consum vinculades a l'ESS a Catalunya d'una manera efectiva i que influeixi en els hàbits de consum diaris de la ciutadania. Per aquest motiu, des de l'any 2015, el Pam a Pam disposa també d'una aplicació mòbil que en millora la seva usabilitat.

A desembre de l'any 2017, al voltant de cinc-centes organitzacions són registrades al mapa per un centenar de persones formades⁶, existeixen agrupacions de voluntàries a diferents ciutats de Catalunya (Barcelona, Tarragona, Granollers, Girona...), diferents xarxes locals d'ESS (Sants, Mataró, Sant Cugat del Vallès...) utilitzen el mapa i la pàgina web es renova a partir del setembre del mateix any. Per sector d'activitat, el sector de l'alimentació, on se situen les cooperatives i grups de consum agroecològic, té, a desembre de l'any 2017, el percentatge més elevat d'iniciatives (Taula 1).

Sector d'activitat	Percentatge
Alimentació	21,8%
Assessorament	6,6%
Comunicació	5,6%
Cultura i oci	11,8%
Educació i recerca	11,8%
Espais i xarxes	8,3%
Finançament i Moneda Social	2,1%
Habitatge i gestió	5,0%

⁶ Les persones voluntàries que registren les diferents iniciatives de l'ESS al Pam a Pam s'anomenen *xinxetes taronges*.

Indústria i altres productes manufacturats	3,9%
Logística	1,0%
Restauració	3,5%
Salut i cures	7,5%
Subministraments	0,8%
Tecnologia i electrònica	2,5%
Tèxtil	7,7%
	100%

Taula 1. Percentatge d'iniciatives del Pam a Pam de Barcelona per sector d'activitat (desembre 2017). Font: Pam a Pam.

El Balanç Social és un altre instrument, en aquest cas d'autodiagnòstic, desenvolupat per la XES al 2007 que, a través d'una eina informàtica⁷, permet avaluar la rendició de comptes i mesura d'impacte social, ambiental i de bon govern de les entitats que el realitzen. Amb tot això s'obté de forma automàtica l'informe de balanç social, el document en què les empreses descriuen i mesuren les seves aportacions socials, laborals, professionals i ecològiques fetes al llarg d'un exercici. Les organitzacions que l'executen poden fer servir els resultats per millorar internament i, alhora, permet tenir dades agregades dels estàndards ètics de l'Economia Solidària i el Mercat Social. El Balanç Social avalua de forma sistemàtica, objectiva i periòdica sis grans característiques de tota empresa o entitat que vulgui ser socialment responsable: la democràcia, la igualtat, el compromís ambiental, el compromís social, la qualitat laboral i la qualitat professional. Al mateix temps, l'instrument ofereix unes taules d'equivalències tècniques que permeten valorar el compliment dels indicadors proposats per la Global Reporting Initiative⁸.

El Balanç Social és la base per a la realització de l'Informe del Mercat Social a Catalunya, que té per objectiu desenvolupar quatre línies de treball: a) consolidar una metodologia de recollida i sistematització de dades sobre el Mercat Social; b) generar un espai de debat en relació amb els temes rellevants al voltant del concepte i la pràctica del Mercat Social i l'ESS; c) recopilar i mantenir un sistema de registre i de comptabilitat agregada del sector de l'ESS; d) generar una eina per donar visibilitat a l'ESS, especialment en el seu component territorial (estat de les xarxes locals) i sectorial (estat de les xarxes sectorials), així com als impactes socials i ambientals positius de l'ESS en contraposició a l'economia

⁷ Eina informàtica per a la recollida de dades del Balanç Social <http://www.ensenyaelcor.org/>.

⁸ La Global Reporting Initiative és una organització internacional independent que ajuda les empreses, governs i altres organitzacions a comprendre i comunicar l'impacte de les empreses en temes crítics de sostenibilitat com el canvi climàtic, els drets humans, la corrupció i molts altres. <https://www.globalreporting.org/>

convencional (pels diferents criteris d'avaluació en què es basa el Balanç Social i el Pam a Pam) (Suriñach, 2016).

La tendència positiva del nombre d'organitzacions que han fet el Balanç Social en el període 2007-2016 (Figura 13) mostra l'interès que el desenvolupament de l'ESS a Catalunya té pel consum de la ciutadania, en general, i pel teixit productiu, en concret, que observa una quota de mercat i un espai d'ocupació creixent. A través, del Mercat Social, les organitzacions que el realitzen certifiquen la seva pertinença al conjunt d'entitats que conformen l'ESS a Catalunya.

En l'Informe Mercat Social 2016 (2017), Martín-Mayor, assenyala que el moviment agroecològic —al qual ens hem referit en el capítol 3—, per la seva pròpia configuració i pel fet de disposar d'un patrimoni, en relació a experiències, espais de debat, recerca, etc., està molt proper a l'ESS però, a voltes, no s'han acabat trobant, coexistint dinàmiques bastant diferenciades. En aquest sentit, **el Pam a Pam i el Balanç Social són eines de l'ESS que contempen especialment l'àmbit de l'agroecologia i poden ser un instrument per aproximar aquestes dinàmiques paral·leles.** Com fa notar Martín-Mayor (Mercat Social 2016, 2017), **aquesta aproximació a l'ESS és rellevant per al moviment agroecològic, que es troba en un procés d'estancament i de dificultats per escalar. Sense cap mena de dubte, la intercooperació, com a aspecte estratègic, que promou la XES a Catalunya ha d'ajudar a articular nous espais de treball que permetin la sostenibilitat del moviment agroecològic.**

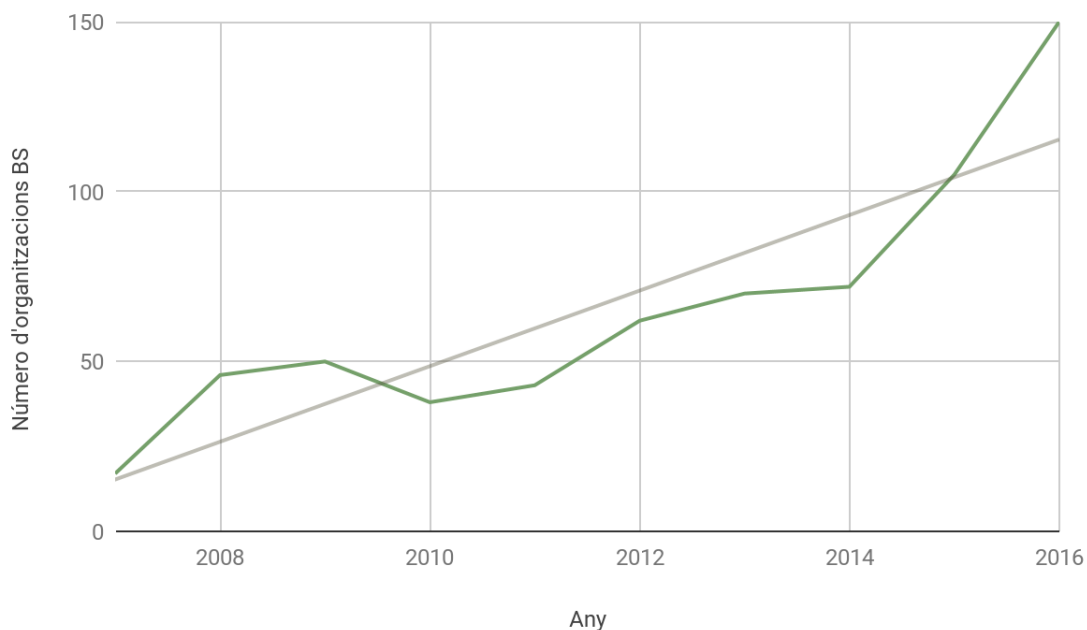


Figura 13. Número d'organitzacions que han fet el Balanç Social (2007-2016). Font: Informe Mercat Social 2016.

4.3 Cooperativisme agroecològic

«El canvi d'escala: un revulsiu per a la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic?» (2017), estudi realitzat per L'Aresta Cooperativa, mostra com estan vinculades l'ESS i l'agroecologia a Catalunya. D'aquesta manera, Martín-Mayor, Homs i Flores-Pons, autors de l'estudi, es refereixen a **«cooperativisme agroecològic» com a la xarxa formada per grups i cooperatives de consum i els proveïdors que els abasteixen amb productes agroecològics. La força d'aquesta xarxa es basa en la confiança de les persones que la formen, productors i consumidors, més enllà del tracte econòmic que no sempre és present en la interacció.** Aquest és el cas de les jornades de debat i reflexió entre agents, o l'intercanvi de treball de les persones consumidores per producció agroecològica, entre altres, que es produeixen en l'àmbit del cooperativisme agroecològic, sovint d'una manera poc formal, però que són essencials per entendre la dimensió del debat al voltant de l'impacte social, econòmic i polític del consum de productes alimentaris.

De fet, la connexió de l'agroecologia amb l'ESS es produeix en la seva pròpia definició, ja que l'agroecologia, a diferència de l'agricultura ecològica, no només es preocupa que la producció d'aliments sigui més respectuosa amb el medi ambient, sinó que darrere de l'activitat hi hagi una voluntat per transformar socialment i políticament el model de consum dominant en l'actualitat, tot posant la persona i no el capital en el centre de l'economia.

Martín-Mayor, Homs i Flores-Pons (2017) recullen, a partir de l'anàlisi de 15 entrevistes individuals semiestructurades —més 47 d'un estudi previ—, l'experiència de persones que participen com agents claus dels sistemes d'aprovisionament d'aliments agroecològics, i a través de les quals podem observar que els motius pels quals una persona s'implica en una cooperativa són diversos: inquietuds mediambientals, de salut, etc. Generalment, en aquest conjunt de motius, la implicació per la transformació social i política no és una motivació inicial i es dilata en el temps però, a través de l'aprenentatge que suposa el consum cooperatiu, acaba culminant com una raó de pes en cadascuna de les persones que formen part de la cooperativa.

En definitiva, les cooperatives de consum agroecològic no només promouen el consum de productes alimentaris de proximitat desintermediat (Circuits Curts de Comercialització), sinó que també es preocupen de l'impacte social i polític de la seva activitat (Economia Social i Solidària). Per aquest motiu, promouen el consum de productes agroecològics. Com veurem més àmpliament en el següent

capítol, la dimensió política és un element destacat de la connexió entre el cooperativisme i l'agroecologia.



pat@ta

Reconèixer la força que tenim les persones com a consumidores és un element imprescindible per adonar-nos de la capacitat que tenim per a la transformació social i política.

Fotografia de Jordi Plana Pey.

Capítol 5. ACTIVISME SOCIAL I POLÍTIC

A la introducció, avançàvem la coincidència temporal, l'any 2011, del moviment 15M i el punt de màxim creixement dels grups i cooperatives de consum a la ciutat de Barcelona. D'altra banda, els capítols segon i tercer ens han permès descriure la dimensió política del cooperativisme i l'agroecologia. En aquest quart capítol, ens centrem a situar el cooperativisme agroecològic en el marc de les pràctiques socials autogestionades que es produeixen a la ciutat de Barcelona i el seu vincle amb els Moviments Socials, especialment el 15M⁹, i la tecnopolítica.

5.1 Pràctiques socials autogestionades en el marc d'una ciutat en moviment

El mapa de la innovació social a Catalunya (Blanco et al., 2015) identifica una part important de les pràctiques d'innovació social del conjunt del territori català, classificant-les en quatre àmbits: a) solidaritat ciutadana, b) territori, medi ambient i energia, c) economia i consum alternatius i d) espais autogestionats. El conjunt de projectes recopilats en aquest directori i el seu estudi és clau per entendre el paper de la ciutadania en la transformació social. **Percentualment, les pràctiques relacionades amb l'economia i el consum alternatius, on situem els grups i cooperatives de consum, a Catalunya, són les més rellevants (51,8%).**

En qualsevol cas, encara que útil, la classificació «innovació social» no està exempta de polèmica. Malgrat que l'estudi de Blanco et al. (2015) utilitza aquesta terminologia per referenciar aquelles pràctiques que busquen crear una alternativa transformadora en el context d'una ciutat en crisi i víctima de grans desigualtats socials (Subirats i García Bernardos, 2015), com destaca Miró (2015), l'origen contemporani del concepte «innovació» té una dimensió central en el desenvolupament de l'economia capitalista en la dècada de 1930 i l'expansió del model neoliberal de la dècada de 1980, com una forma de posar el capital social al servei del desenvolupament empresarial. Per aquest motiu, Miró, referint a Garcés (2014), proposa no situar la novetat al costat de l'emancipació, sinó de la capacitat de crear alternatives que superin, modestament, el model capitalista. Com el marc d'aquesta investigació és l'anàlisi de l'acció de les cooperatives i grups de consum que es manifesten explícitament com a alternativa al model de consum imperant, regit per la cadena de valor capitalista (Espelt, 2013), com proposa Miró, en el nostre relat ens referim a aquestes com a «pràctiques socials autogestionades».

⁹ El moviment 15M, anomenat també dels indignats, sorgeix a partir de la manifestació convocada per diferents col·lectius el 15 de maig de 2011, quan un grup de persones acampa a la Puerta del Sol de Madrid amb la voluntat de promoure una democràcia més participativa. El moviment té rèpliques en altres indrets de ciutats de l'Estat Espanyol, entre els quals a la Plaça Catalunya de Barcelona.

La voluntat de les cooperatives de consum agroecològic per erigir-se com a un model de consum alternatiu al dominant connecta amb la voluntat dels Moviments Socials esdevinguts durant l'any 2011. Segons Harvey (2012), aquests moviments tenen l'objectiu de recuperar el control, des del procomú, d'aquells elements que el capitalisme ha capturat. La possibilitat de gestionar recursos i béns col·lectius en comú¹⁰, sobre els quals se sent una amenaça (Lafuente, 2007), mitjançant formes de governança particulars, on el règim de propietat no és ni públic ni privat (Ostrom et al., 1994), fa que comunitats de persones, preocupades pel sosteniment d'aquests recursos, s'organitzin per a recuperar i fomentar els béns comuns (Lafuente i Corsín Jiménez, 2010). L'imaginari i les pràctiques de cultura lliure, en el context d'una societat cada cop més digitalitzada, condueixen a l'experimentació sobre la definició i concreció d'aquests nous procomuns (Estalella, Rocha i Lafuente, 2013). Pràctiques procomunals basades en l'experimentació, específicament amb el focus en l'àmbit local (Ostrom, 2007); l'amor, com un concepte polític central en la producció del comú i de la vida social (Hardt i Negri, 2009); i la cultura lliure i la seva recursivitat, que miren d'escapar del setge del capitalisme (Boyle, 2008) i promoure un reforçament de les formes de gestió democràtiques (Subirats, 2011), basades en la confiança dels seus participants (Fuster, 2012). En definitiva, les pràctiques socials que s'articulen des de l'autogestió, i que defineixen el nostre objecte d'estudi, no s'entenen sense els corresponents instruments d'autogovern, les institucions polítiques del comú (Miró, 2017).

En el cas de Barcelona, les mobilitzacions i conflictes socials, esdevinguts des del seu sorgiment com un dels principals centres industrials del sud d'Europa al segle XIX fins a la metròpoli actual, són part fonamental de la història de la ciutat i la seva definició. En les últimes dècades els moviments que, amb un caràcter més ofensiu, van centrar la reivindicació en els equipaments i la qualitat urbana durant la Transició van derivar en una major preocupació per temes ambientals i de defensa del territori en el període d'expansió econòmica (1996-2007). Mentre que, **en els últims anys, aquests moviments s'han focalitzat en les condicions de vida de la població i en la promoció de formes alternatives de producció i circulació de béns i serveis (Nel-lo, 2015).**

Des de la reivindicació d'un model social i econòmic més just i sostenible (Espelt et al., 2015) i amb la voluntat de construir una alternativa a la comercialització de productes agroalimentaris imperant, basat en les grans superfícies (Mauleón,

¹⁰ Es consideren dos tipus de béns comuns els tradicionals i els digitals. Els primers refereixen a béns materials i limitats que inclouen tant recursos naturals (aigua, boscos...), com espais i estris comuns (plaça, el forn...) i immaterials i il·limitats (llengua, coneixement...); mentre que els digitals es refereixen a la replicabilitat del programari (software) i del maquinari (hardware) que faciliten la creació de continguts digitals.

2009), aflora de nou a Barcelona l'autogestió cooperativa per al proveïment de productes agroecològics. La primera cooperativa contemporània de la ciutat, Germinal Sants, neix el 1993. Tot i que, en aquest recorregut de l'autogestió agroalimentària, no podem oblidar la llarga tradició històrica al voltant de l'autogestió de la classe obrera, com a resposta a les dures condicions que la industrialització va causar a la fi del segle XIX (Dalmau i Miró, 2010). La primera cooperativa històrica va ser l'Antiga del Camp de l'Arpa (1866), que l'any 1935 comptava amb més de cinquanta organitzacions distribuïdes per la ciutat. En el procés de reexpansió de les cooperatives modernes distingim tres onades: les iniciatives pioneres, en la dècada de 1990; una segona fase d'expansió, a partir del canvi de segle; i una tercera de creixement molt rellevant, coincidint amb el moviment 15M, l'any 2011 (Vivas, 2014). Com veurem posteriorment, el cert és que el número de grups i cooperatives de consum ha crescut a la ciutat de Barcelona; de les 57 organitzacions actuals, a les 36 comptabilitzades en l'estudi «Bancs de temps, xarxes d'intercanvi i cooperatives de consum agroecològic» d'Ubasart et al. (2009).

En definitiva, d'una banda, l'aparició de les cooperatives i grups de consum agroecològic es produeix en paral·lel a la resposta contra l'homogeneïtat en les cadenes alimentàries globals (Khoury et al., 2014), part del discurs del moviment antiglobalització i de defensa del territori, molt significatiu a Catalunya, i que comporta la recerca d'una recuperació de la «identitat dels llocs» per a la promoció d'alternatives socials i econòmiques que afavoreixin la relocalització (Nel-lo, 2014). Aquest element enllaça amb la lògica de la Sobirania Alimentària que reivindica allò local com a espai de resistència, així com la importància de reconèixer les fortes interrelacions entre allò local i allò global, i la necessitat de democratitzar el sistema alimentari (Martín-Mayor et al., 2017). D'altra banda, rescata l'aprenentatge del moviment cooperatiu, de llarga tradició a la ciutat de Barcelona i el conjunt del territori català, per a l'autogestió de béns, constituint-se el cooperativisme agroecològic.

5.2 Tecnopolítica i representació política extrainstitucional

Internet té un paper clau en la transformació de les institucions públiques, però també en la promoció d'una participació política extrainstitucional. Com indiquen Kurban et al. (2017), aquest fet rau en la pròpia interpretació d'un model conceptual de la tecnopolítica, causada per dos desenvolupaments contrarrotatoris de la mateixa: centralització vs. descentralització. Aquesta dualitat es produeix ja en el moment del naixement del terme «tecnopolítica», quan Rodotà i Lebkowski interpreten el fenomen de l'impacte de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) en l'organització política d'una manera distinta. Per una banda, Rodotà (1997) veu la tecnopolítica com a una forma

d'incorporar nous actors en l'àgora política, especialment a la ciutadania, i d'aquesta manera potenciar les formes tradicionals de fer política, fomentades en el paper de les institucions públiques en termes de transparència, rendiment de comptes, mecanismes de participació directa, processos deliberatius, etc. D'altra banda, Lebkowsky (2017) interpreta la tecnopolítica com a un instrument per generar espais de participació política més enllà de l'agenda institucional.

En aquest marc, l'arena política espanyola sofreix una enorme transformació tant en les últimes cinc dècades com en els últims deu anys (Peña-López, 2013b). Si prenem com a referència la restaurada democràcia, la intenció de vot pateix, d'una banda, una evolució cap a la concentració i, de l'altra, cap a la institucionalització. Aquesta realitat és fruit tant de la normalització de la política com de les regles de joc fixades en la Transició. No obstant això, a partir de 2004, Espanya sembla entrar en una «segona Transició» (Peña-López, 2013b) que, encara que no canvia en gran manera les grans tendències, sí que assenyalava, almenys, dos punts de ruptura: un, a partir dels atemptats d'Atocha al març de 2004; un altre, amb la sortida a escena dels partits polítics sorgits al llarg de 2014 i l'influx dels Moviments Socials que eclosionen el 15 de maig del 2011.

En aquesta última dècada tenen lloc dos grans fenòmens. El primer, que després d'un cert desencant amb l'anomenada Política 2.0 (Peña-López, 2011), s'obren pas altres usos transformadors de la política, acompanyats de nous tipus d'organització: la tecnopolítica (Toret, 2013). El famós «passa-ho» (Traficantes de Sueños, 2004) és, en cert punt, el tret de sortida de noves apropiacions de la tecnologia que deriven en noves formes d'informació i noves formes de comunicació que, d'alguna manera, tenen la seva culminació en la demostració de poder organitzatiu de les acampades i posterior mobilització dels indignats del 15M (Peña-López, 2013b). Segon, que al voltant d'aquest 15M, durant la seva gestació en els anys anteriors, així com en els seus anys posteriors, veurem florir plataformes, mareas i moviments en general (Batalla Adam, 2014) que **es caracteritzen per un fort compromís polític que, no obstant això, canalitza el seu activisme fora de les institucions —incloses moltes de les tradicionals de la societat civil organitzada com sindicats o ONG—.**

Així, d'una banda, s'experimenta amb noves maneres de producció de béns i serveis de tipus emergent, d'organització altament distribuïda i el lideratge dista majorment dels lideratges jeràrquics del passat (Benkler, 2006). Aquesta producció emergent es fonamenta no tant en el projecte i la planificació, sinó en la concurrència de múltiples actors que vindran a contribuir de formes diverses —fins i tot dispars— però amb resultats que, aplicats a la política, donaran lloc a propostes amb un fort component de base (Noveck, 2005). Es configura així un ecosistema de participació política que va des del més estructurat fins el

purament circumstancial, ratllant en la frivolitat, però significatiu en el seu tot, generant clars patrons de participació i tendències a mig termini (Peña-López, 2013a).

D'altra banda, els espais de participació es reconfiguren i, en molts casos, s'han d'estructurar de nou. A les noves pràctiques sorgides d'Internet (Christensen, 2011) se sumen nous espais sovint situats fora de l'àmbit institucional o de la política representativa (Cantijoch, 2009). És en aquestes noves pràctiques i en aquests nous espais on trobarem un gruix de ciutadans «autoexiliats» de les institucions, però en absolut inhibits de la participació política i l'activisme més compromès.

Aquests nous espais o entorns (Echeverría, 1999) es teixeixen, en part, gràcies a les TIC. Aquestes són capaces de subvertir la lògica unidireccional del poder dels mitjans (Castells, 2009) i, amb això, permeten lògiques geogràfiques diferents, híbrides entre el físic i el virtual, reconfigurables (Castells, 2012).

Un d'aquests nous espais és, sens dubte, la ciutat. Però no una ciutat a l'ús, estàtica, prefixada, sinó una ciutat com un espai de producció (Lefebvre, 1991), que té el potencial de configurar-se al mateix temps com a infraestructura i com a mètode (Corsín Jiménez i Estalella, 2014) i que, amb això, acaba construint un nou espai urbà (Martínez Roldán, 2011) que l'activisme ciutadà fa servir per als seus fins polítics, alhora que estableix una nova geografia de llocs.

5.3 La tecnopolítica i el cooperativisme activista

En els dos primers apartats d'aquest capítol hem estudiat, per una banda, el sorgiment de pràctiques socials autogestionades que tenen la voluntat de reapropiar-se de béns i espais que han estat o que estan en perill de ser capturats pel capitalisme i, per una altra banda, l'impuls de la tecnopolítica com un instrument essencial en l'articulació d'aquest activisme ciutadà del segle XXI.

A continuació, breument i a través de quatre moviments amb connexió amb la ciutat de Barcelona, veurem que aquesta confluència entre pràctiques socials més o menys autogestionades —amb fortes connexions amb el cooperativisme— i la tecnopolítica juguen un paper clau en el foment d'un cooperativisme activista.

Plataforma d'Afectats per la Hipoteca. La Plataforma d'Afectats per la Hipoteca (PAH), moviment social sorgit al febrer de l'any 2009 a Barcelona i present a tot l'Estat Espanyol per la defensa d'un habitatge digne, és un exemple d'organització comunitària de base que sorgeix abans, en forma part i es

perllonga en el temps més enllà del 15M (Colau i Alemany, 2013). A diferència d'altres col·lectius del moviment 15M, la PAH té, a través de la mobilització en formats de «treball multinivell», la capacitat d'empoderar les persones que hi participen (Mangot, 2013). D'aquesta manera, Twitter i Facebook són instruments de mobilització que, a part dels comptes generals de l'organització, també tenen rèpliques a nivell local que són útils per segmentar l'audiència en un marc d'acció determinat. D'altra banda, ha desenvolupat un model de presa de decisions assembleari i basat en la democràcia deliberativa que, a través de les TIC, ha permès que el moviment hagi pogut generar nous nodes distribuïts territorialment (Peña-López, 2015).

Podemos. L'impuls del moviment polític espanyol Podemos, entre maig de 2014 i maig de 2015, es promou a través de la creació de cercles territorials —entre els quals, Barcelona— i sectorials, i l'ús de diferents tecnologies d'organització en xarxa. D'aquesta manera, seguint l'aprenentatge del 15M, s'utilitzen documents amb Titanpad per a la creació de continguts col·laboratius, Loomio i Reddit per a la deliberació, Agora Voting per votar de forma segura (encriptada) i Appgree com aplicació mòbil per a les consultes a temps real. Així mateix, s'utilitza el canal de YouTube per a la retransmissió i gravació d'assemblees i les plataformes de xarxes socials Twitter i Facebook per a l'amplificació de l'activitat del moviment (Monterde, 2015).

Ateneus de Fabricació. FabLab és l'acrònim de Fabrication Laboratory i fa referència a espais de fabricació digital d'ús personal. Al igual que altres espais (makerspaces, techshops, media labs, hubs...), són espais on es poden fabricar objectes físics, aprofitant els recursos materials locals a partir de màquines controlades per ordinadors (Dunajcsik (maxigas), 2015). La xarxa mundial de FabLabs comparteixen virtualment els dissenys dels objectes que s'hi fabriquen, democratitzant la fabricació digital entre iguals (Naboni i Paoletti, 2014). El primer FabLab el crea el professor del Massachusetts Institute of Technology (MIT), Mel King, l'any 2001 al Technology Center (SETC) de Boston, en col·laboració amb el MIT. La voluntat de King és explorar com la tecnologia que pot oferir el laboratori pot ajudar a recuperar la vida d'un barri que ha patit, durant dècades, els efectes de la segregació racial i la pobresa en benefici del mercat immobiliari (Diez, 2017). L'any 2007 s'inaugura el FabLab de Barcelona. Situat al barri del Poblenou, es converteix en l'espai de referència de la fabricació digital de la ciutat i, a partir de l'any 2017, amb la inauguració de l'Ateneu de Fabricació de Les Corts, en potenciador de la Xarxa d'Ateneus de Fabricació, amb dos objectius: potenciar l'ús inclusiu de la fabricació digital i afavorir un retorn social transformador per al barri. Un exemple del paper d'aquest tipus d'organitzacions a la ciutat de Barcelona és el projecte europeu Making Sense que, a partir de la plataforma Smart Citizen desenvolupada al FabLab de

Barcelona, empodera a col·lectius de ciutadans per a documentar i compartir dades d'aspectes que impacten en el seu dia a dia¹¹.

Tecnologies cíviques. Sota aquest paraigua i com a complement al cas dels Ateneus de Fabricació que tenen un caràcter més institucionalitzat, situem tres projectes (Xnet, Goteo, Guifi.net) amb forta presència a la ciutat de Barcelona i que tenen l'objectiu de promoure —des de diferents perspectives— entorns d'autogestió a través de l'ús de les TIC.

Xnet és un projecte activista, iniciat l'any 2008 amb el suport de diverses associacions i persones a nivell individual, que treballa pels drets socials i la democràcia en xarxa: llibertat d'expressió; neutralitat de la xarxa; privacitat; la lliure circulació de la cultura, el coneixement i la informació; mecanismes de transparència, participació i control ciutadà del poder i les institucions; la defensa del periodisme ciutadà pel dret a saber, informar i estar informats; la lluita legal contra la corrupció; i la tecnopolítica entesa com la pràctica i l'acció en Xarxa per a l'apoderament ciutadà, la justícia i la transformació social. A través del portal web, ofereixen un llistat d'eines i recursos lliures (descargables i reutilitzables)¹² per a ciutadans que sentin amenaçada la seva llibertat d'expressió.

Goteo¹³ és una plataforma de microfinançament cívic que, des de l'any 2011, recolza iniciatives ciutadanes, projectes socials, culturals i educatius. Desenvolupada en programari de codi obert, permet que pugui ser replicada arreu. En aquests anys, segons s'indica en el mateix web, més de 65.000 persones han participat en campanyes de finançament col·lectiu, amb un percentatge d'èxit superior al 70%. D'altra banda, a través de la implantació del model de microfinançament *matchfunding*, ha permès desenvolupar un format de cofinançament (amb l'aportació de persones individuals o col·lectius afins i, al mateix temps, de les pròpies institucions promotores) de projectes que fomenten i reforcen els béns comuns i l'acció col·lectiva.

Guifi.net¹⁴ és un projecte tecnològic, social i econòmic que té la voluntat de construir una xarxa de telecomunicacions comunal. És a dir, oberta, lliure i neutral. La interconnexió de desenes de milers de nodes permet generar una xarxa comunitària que pot ser utilitzada lliurement per la ciutadania i per

¹¹ A la Plaça del Sol de Gràcia, per exemple, els veïns i veïnes poden controlar a través de la plataforma Smart Citizen (<http://sol.smartcitizen.me>) el nivell de soroll que hi ha a la Plaça en directe i mostrar si se superen els límits legals establerts.

¹² Recursos de cultura lliure (Xnet): <https://xnet-x.net/ca/contacta-per/portal-de-cultura-lliure/>

¹³ Web de la Fundació Goteo: <https://ca.goteo.org>

¹⁴ Web de la Fundació Guifi.net: <https://guifi.net>

qualsevol empresa o institució. Al voltant d'aquesta infraestructura comunal, diverses empreses i professionals ofereixen serveis de connexió i manteniment.

Aquests quatre casos (PAH, Podemos, Ateneus de Fabricació i tecnologies cíviques) posen de manifest el potencial de les TIC en l'articulació de moviments de base que tenen l'objectiu d'impactar —també en l'àmbit polític formal— des de l'activisme. En el cas de la PAH, promovent un nou canvi legislatiu, a través d'una Iniciativa Legislativa Popular, l'any 2011; Podemos, constituint-se com a partit polític i formant part de coalicions de confluències que, en el cas de Barcelona, convergeixen en la creació de Barcelona en Comú, l'any 2014, i que, amb només sis mesos, assoleixen l'Alcaldia de la ciutat; els Ateneus de Fabricació, impulsats per l'Administració Pública com a resultat d'un procés per democratitzar l'accés a la fabricació digital, i els tres exemples de tecnologies cíviques il·lustren les possibilitats que ofereixen les TIC per promoure l'autogestió.

És en aquest punt on creiem que és legítim fer entrar en l'equació l'Economia Social i Solidària en general i, en particular, les cooperatives de consum de productes agroecològics.

Després de revisar la dimensió política del cooperativisme agroecològic, creiem demostrada la hipòtesi que vincula l'emergència d'un fort cooperativisme a la llum de la revolució digital, un cooperativisme que, a més de les funcions tradicionals del s. XIX, incorpora, d'una banda, noves eines de treball i coordinació i, de l'altra, una nova ètica que connecta amb moltes altres iniciatives del moment, especialment a partir de la segona dècada del s. XXI.



food waste ap(pear) 2

*Llencem tones de menjar. I si en lloc de ser les executores del malbaratament,
les persones en fóssim les víctimes.*

Fotografia de Jordi Plana Pey

Capítol 6. COOPERATIVISME DE PLATAFORMA PER A UNA ECONOMIA COL·LABORATIVA PROCOMÚ

Després de revisar la dimensió social, econòmica i política del nostre objecte d'estudi, aquest darrer capítol del marc teòric té l'objectiu de situar l'espai d'encontre del cooperativisme agroecològic amb el cooperativisme de plataforma, basant-se en els comuns digitals.

6.1 Gestió comunal i cooperativisme, dos marcs per a l'autogestió

Com assenyala Miró (2017), a finals del segle XIX, dos fets històrics que es produeixen en paral·lel, la culminació d'una desposseïció dels béns comunals i la industrialització i urbanització de les ciutats, comporten la generació d'una classe obrera proletària que comença a organitzar-se a través l'associacionisme. Aquest encaix històric representa, segons Miró, la base d'una economia social catalana i una voluntat d'articular una governança del comú que superi el marc econòmic i polític del capitalisme. De fet, segons Ugarte (2014), en l'àmbit agrari, la cooperativa —com a instrument— permet preservar la gestió comunal ancestral. Sabin (2015:5), en una aproximació semblant, significa el cooperativisme com a un instrument de l'ESS per tal d'imaginar una gestió «sostenible, democràtica i inalienable dels comuns». És a dir, l'ESS pot ser una economia pels béns comuns, si té la capacitat transformadora de construir un model postcapitalista. Collado i Casadevente (2015:59-60) proposen cinc premisses perquè això sigui possible: «produir per satisfer necessitats bàsiques de la societat de forma reproduïble, treballar més enllà de les relacions capitalistes i patriarcals, democratització interna i externa des del cooperativisme, reducció de béns ambientals i defensa del territori i reproducció de béns cooperatius i democratització cooperativista de les pràctiques econòmiques.»

D'aquesta manera, com apuntàvem inicialment, **l'autogestió té un lligam amb dues aproximacions històriques que tenen amb Internet un nou espai d'amplificació. Per una banda, la tradició de l'autogestió dels béns comuns a Catalunya (Algarra Bascón, 2015) que, amb l'aparició d'Internet, té la possibilitat de reconfigurar-se de nou al voltant del Moviment de Cultura Lliure (MLC) i procomú digital (Fuster et al., 2015); i d'altra banda, com hem vist, la tradició del cooperativisme com a espai d'autogestió ciutadana, i els valors del qual han de servir de base per a la creació de plataformes tecnològiques (Scholz, 2016).**

Així doncs, aquesta aproximació a l'ús de les TIC ens permet, no només destacar el seu valor com un instrument, sinó com un espai de producció procomú entre iguals (Benkler, 2006), a partir d'objectius o interessos comuns (Fuster et al., 2015), i avaluar quina és l'aportació que pot fer el cooperativisme, amb un llarg recorregut històric a Catalunya (Dalmau i Miró, 2010), en la conceptualització i articulació de la base tecnològica per al seu funcionament (Scholz, 2016).

Els comuns digitals són «recursos d'informació i coneixement que són creats i posseïts col·lectivament o compartits entre una comunitat que tendeix a ser no exclouent, és a dir, disponible (normalment gratuïtament) per a terceres parts. Així doncs, són orientats per afavorir-ne l'ús i la reutilització, en comptes de ser intercanviats com a mercaderies. Així mateix, la comunitat de gent que els construeix pot intervenir en la gestió dels seus processos interactius i dels seus recursos compartits» (Fuster, 2012). Aquesta aproximació tecnològica té un vincle amb «el paradigma dels comuns, que implica la recuperació de la comunitat com a subjecte actiu i participatiu d'una economia solidària, com a alternativa a la dicotomia estatal/mercantil» (Tarinski, 2016) que, a més, té llaços de benefici mutu (Bollier i Helfrich, 2014). És a dir, aquesta alternativa, la comunal, vinculada a l'autogestió dels recursos compartits té una pràctica per comunitats en el passat i en el present que trenca el marc entre públic i privat (Hardt i Negri, 2009).

En tot cas, la conceptualització dels comuns digitals, tal com indica Fuster en la introducció de la traducció en castellà de l'obra de Benkler «La riqueza de las redes» (2015), té la seva pròpia evolució. Així, de l'autogestió cooperativa de la governança dels recursos naturals que proposa Ostrom, Benkler (2006) afegeix la dimensió digital, entesa com a un espai on interactuar, gràcies a l'accés obert als recursos. En aquest marc d'accés obert als béns digitals, Fuster (2010, 2012) hi suma la dimensió col·lectiva de la producció com a un instrument per l'assoliment d'una governança autogestionada, gràcies a la llibertat i l'autonomia de la comunitat que promouen els comuns. És a dir, Ostrom emmarca les possibilitats de la governança dels béns comuns naturals, Benkler se centra en Internet com a un espai obert de producció entre iguals i Fuster connecta aquest espai de producció amb la seva governança, vinculant la producció entre iguals en obert, a les qualitats democràtiques de les comunitats que la generen.

En l'àmbit agroalimentari, la gestió comunal ha tingut una rellevància històrica a Catalunya (Algarra Bascón, 2015), no només perquè històricament una part important de la terra i altres béns eren del comú, sinó perquè la seva gestió, abans de la privatització, era socialment més justa. L'autogestió comunal permet a les comunitats camperoles resoldre gran part de les seves necessitats de forma local i comunitària (Bru, 2010). En aquesta mateixa línia, Ostrom (2009), en l'estudi dels sistemes de rec gestionats pels pagesos del Nepal a través d'assemblees anuals, evidencia que la gestió comunal produeix una forma més equitativa, centrada en les comunitats locals i no en la necessitat dels mercats.

Segons Tarinski (2016), «els comuns es poden trobar al llarg i ample de tot el món sota diferents formes: des de comunitats indígenes resistint la desforestació de les selves i els pagesos indis lluitant contra les corporacions dels

contenidors multimèdia, al software de codi obert i els moviments pels drets digitals sobre Internet. Les característiques generals que tots comparteixen són els procediments de democràcia directa en la seva gestió, el disseny i l'elaboració oberta, l'accessibilitat i l'evolució constant». En aquest cas, els wikis, com per exemple la Wikipedia, o organitzacions de llicència oberta, com Creative Commons, són mostres de comuns digitals (Fuster, 2012).

En aquest punt d'encontre entre ESS i comuns, Tarinski (2016) planteja que:

«Una combinació de comuns i economia solidària permetrà a la societat dibuixar el conjunt de normes amb les quals regular la utilització dels comuns, mentre que les entitats d'Economia Solidària, com ara cooperatives i col·lectius, s'ocuparan de la gestió directa dels comuns. Aquestes entitats es gestionarien en democràcia directa per les persones que hi treballessin i les comunitats les recompensarien dignament pels seus serveis. D'altra banda, les institucions públiques deliberatives haurien de tenir mecanismes per supervisar i controlar les entitats d'Economia Solidària, responsables de la gestió dels comuns, per tal de prevenir que fossin usurpats».

L'exemple utilitzat per Tarinski, la gestió de l'aigua de la ciutat boliviana de Santa Cruz, a través d'una cooperativa de consumidors, també té la seva correspondència a Catalunya amb la cooperativa Comunitat Minera Olesana. Nascuda a l'any 1868, la Comunitat Minera Olesana¹⁵ té l'objectiu de gestionar l'aigua d'Olesa de Montserrat no «com una mercaderia sinó com un dret públic i una necessitat vital». Per aquest motiu, l'entitat té espais de presa de decisions democràtics i es afí als valors de l'ESS.

Si situem la perspectiva tecnològica en l'autogestió comunal, ens endinsem en el Moviment de Cultura Lliure (MLC) i procomú digital (Fuster et al., 2015) que en el cas de Catalunya té un especial vincle amb el Moviment de Justícia Global (MJG), l'arrelament del qual és molt significatiu, especialment a Barcelona. Segons Fuster et al. (2015), el MCL a Catalunya s'articula com a un «moviment de moviments»:

«vinculats per relacions més o menys denses, llaços de solidaritat i moments de confluència, que comparteixen una identitat col·lectiva i un conjunt de valors i principis (entre els quals destaquen l'accessibilitat i el flux d'informació i el coneixement, la creativitat, els formats participatius, la configuració de xarxa i la propietat comunal)» (Fuster et al., 2015).

¹⁵ Comunitat Minera Olesana: <http://www.cmineraolesana.cat>

En el context que situen Fuster et al. (2015), el programari lliure¹⁶ (Stallman, GNU Project, 1996) i l'ús de llicències que ajudin a reduir les barreres legals de la creativitat dels seus continguts¹⁷ (Creative Commons, Lessig, 2004) s'articulen com la infraestructura digital que permet un flux d'intercanvi entre les persones que conformen el moviment.

Per reforçar aquesta aproximació a l'ús de les TIC com a infraestructura, i sobre la base de la contribució que les plataformes tecnològiques han d'aportar al cooperativisme, Scholz, en «Cooperativisme de plataforma» (2016), afirma que **el moviment cooperatiu ha d'arribar a un acord amb les tecnologies del segle XXI**, ja que els valors cooperatius han de servir de base per a la construcció de plataformes tecnològiques que, alhora, en permetin amplificar les seves virtuts.

Per tant, aquesta combinació entre els comuns digitals i la producció de valor cooperativa integra externalitats, posa en pràctica la democràcia econòmica, produeix comuns per al bé comú i socialitza el coneixement (Bauwens i Kostakis, 2014).

6.2 Revisió crítica de les plataformes tecnològiques d'economia col·laborativa

Com ja hem anticipat, **les plataformes tecnològiques desenvolupades per a la gestió de molts processos claus i la promoció del consum col·lectiu —posteriorment, diferenciarem entre cooperatiu i corporatiu— de productes agroecològics, es troben subjectes als principis de l'economia col·laborativa i tenen un fort component d'organització digital i en xarxa.**

Des del seu naixement, el terme «consum col·laboratiu», encunyat per Ray Algar (2007) i popularitzat per Rachel Bostman, principalment, i Rogers (2010), i les plataformes tecnològiques que el faciliten (Como et al., 2016), ha generat una gran expectativa. Per exemple, la revista Time, al març de 2011, el considera com una de les deu idees que canviarà el món; i el dictamen «Consum col·laboratiu o participatiu: un model de sostenibilitat per al segle XXI» de la Unió Europea, al

¹⁶ El programari lliure és el programari que pot ser usat, estudiat i modificat sense restriccions, i que pot ser copiat i redistribuït bé en una versió modificada o sense modificar sense cap restricció, o bé amb unes restriccions mínimes per garantir que els futurs destinataris també tindran aquests drets.

¹⁷ Creative Commons (CC) és una organització sense ànim de lucre dedicada a reduir les barreres legals per a compartir treballs creatius. CC està inspirada en l'obra de Richard Stallman i en els treballs de la Free Software Foundation (FSF) i ofereix diferents llicències que engloben des del sistema tradicional de drets d'autor fins al domini públic. L'objectiu de Creative Commons és donar opcions a aquells creadors que vulguin que terceres persones utilitzin i/o modifiquin la seva obra sota unes condicions determinades, ajudant així a reduir les barreres legals de la creativitat mitjançant la nova legislació i les noves tecnologies.

gener de 2014, accentua el paper innovador, econòmic i ecològic de la proposta. Alhora, el consum i l'economia col·laborativa també han suscitat un fort debat ja que es vincula el seu desenvolupament a noves formes de neoliberalisme: absència d'un marc legal sobre el qual establir-se, impacte social de l'activitat no sempre positiu, desenvolupament de plataformes captadores de dades, etc. (Smorto i Ciurcina, 2017). És a dir, nous espais que, en base a la propietat privada —ja sigui del capital o del programari— fomenta una economia de lliure comerç i mínima regulació estatal. Per donar resposta a això, i amb l'objectiu de definir què és i què no és economia col·laborativa, l'Associació Espanyola de l'Economia Digital (Adigital) realitza l'estudi, «Els models col·laboratius i sota demanda en plataformes digitals» (Rodríguez, 2017), per distingir entre activitats de:

- Economia col·laborativa: plataforma digital com a intermediària entre iguals, ja sigui entre organitzacions o particulars, amb o sense contraprestació econòmica.
- Economia sota demanda: plataforma digital com a intermediària entre una persona professional i una persona usuària.
- Economia d'accés: plataforma digital que, sense l'intermediari, posa al servei de les persones usuàries uns béns per al seu ús temporal, adaptant-se al temps d'ús efectiu que requereixen aquestes usuàries i flexibilitzant la localització espacial de les mateixes.

De tota manera, si focalitzem l'atenció en el primer grup, observarem que aquest inclou projectes tan dispars com Airbnb¹⁸ i Goteo¹⁹, amb i sense ànim de lucre, respectivament. De fet, la interfície o el disseny de la plataforma condiona i predefineix les relacions socials —associades als mecanismes d'interacció, regulació, informació de perfils o promoció, per exemple— entre les persones usuàries (Gordo et al., 2013, Finkel i Gordo, 2013, De Rivera et al., 2017). La investigació netnogràfica (funcionalitat i usabilitat de la plataforma, confiança i reputació virtual, codi de conducta i empremta comunitària) de 55 plataformes de consum col·laboratiu, en l'estudi del projecte «La triple avaluació d'impacte del consum col·laboratiu P2P a Europa» (Gordo i De Rivera, 2015), defineix tres tipus de plataformes de consum col·laboratiu:

- 1) Plataformes orientades a la xarxa (com Airbnb, TimeRepublic o Eatwith), on les persones usuàries tenen una gran quantitat de formes de

¹⁸ Plataforma per al lloguer temporal d'habitatge entre particulars i entre professionals i consumidors www.airbnb.es

¹⁹ Plataforma que permet el finançament distribuït de projectes que promouen els béns comuns <https://ca.goteo.org>

comunicació per tal d'aconseguir la reputació digital i mostrar confiança per comprometre altres usuàries.

2) Plataformes orientades a transaccions (Vibbo o Nolotiro), amb menys eines de comunicació i interacció, se centren en la comoditat i estan més connectades amb les funcions tradicionals del consumidor i proveïdor.

3) Plataformes orientades a la comunitat (Xarxa Voluntària WWOPP, Ruscs - LCQDS o CiroSel) que vinculen a una missió social o ambiental i amb un bon nivell de codi de conducta. Aquestes plataformes desenvolupen algunes regles col·lectives, més enllà d'una regulació d'autogestió basada en la capacitat dels individus per administrar les seves xarxes de confiança.

Les conclusions de la investigació de Gordo i De Rivera (2015) determinen la rellevància de la transformació del consumidor com a empresari o el nou rol de prosumidor. En qualsevol cas, al final, en moltes de les plataformes, els usuaris proporcionen coneixements, propietats o serveis i els intermediaris són els que realment guanyen diners (Hernández, 2015). Alhora, la investigació netnogràfica posa en relleu la necessitat de revisar amb precisió el «com» de cada iniciativa de plataforma i l'impacte social, econòmic i mediambiental de la seva activitat (Gordo et al., 2017).

En aquest context, on es requereix una revisió crítica i holística de les plataformes digitals que promouen l'economia col·laborativa, sorgeix un nou concepte clau: el «cooperativisme de plataforma» (Scholz, 2016). Scholz proposa que les plataformes digitals es fonamenten en la propietat col·lectiva; el pagament decent i la seguretat de renda dels seus treballadors i treballadores; la transparència i la portabilitat de les dades que es creen; l'apreciació i el reconeixement del valor generat en la seva activitat; la presa de decisions col·lectives; un marc legal protector; la protecció transferible dels treballadors i les treballadores i la cobertura de les prestacions socials; la protecció davant les conductes arbitràries en el sistema de *rating*; el rebuig a l'excessiva vigilància en el lloc de treball; i, finalment, el dret dels treballadors i les treballadores a desconnectar. En definitiva, segons Scholz, d'una banda, **les plataformes han de configurar-se entorn dels valors del cooperativisme i, d'altra, aquestes han d'amplificar l'escalabilitat i, amb això, l'impacte de les organitzacions cooperativistes**. Alhora, Fuster (2016) indica que la pròpia construcció de les plataformes tecnològiques no és una qüestió menor i que **el cooperativisme de plataforma ha d'adoptar programari i llicències obertes. En definitiva, originar una governança autogestionada, que permeti articular una comunitat de desenvolupament al voltant dels comuns digitals** (Fuster, 2015),

que ha d'aproximar-nos a un «cooperativisme obert» (Bauwens, 2014) com a antítesi a les plataformes «unicorn», corporatives, jeràrquiques i de programari propietari (Lee, 2013; Fuster, 2016; Cruz, 2017; Glasner, 2017).

En qualsevol cas, encara que pugui semblar que hi ha una desconexió entre els dos models de plataformes digitals descrits (Figura 14), la frontera no és precisa i la línia que es dibuixa entre tots dos és summament complexa. Per aquest motiu, cobren rellevància eines d'identificació com pot ser el directori d'iniciatives de producció procomú P2Pvalue²⁰, eines de validació com pot ser el Pam a Pam, en el cas del mapatge de l'Economia Social i Solidària, promoguda per la Xarxa d'Economia Solidària (XES) i SETEM, i l'estrella del procomú de l'economia col·laborativa, generada pel grup de recerca Digital Commons a «Analytical framework of the democratic and procommons qualities of collaborative economy organizations» (Fuster et al., 2017).

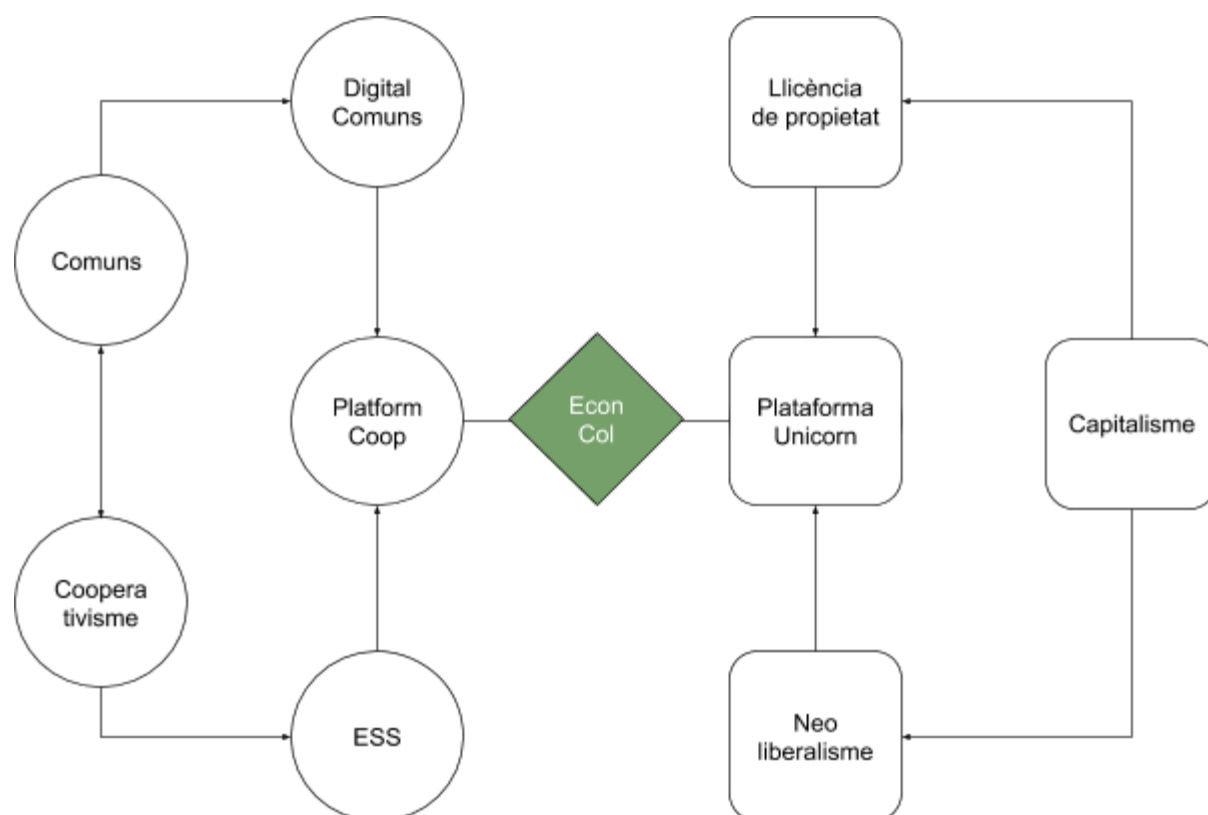


Figura 14. Marc conceptual per a una revisió crítica de les plataformes tecnològiques d'economia col·laborativa. Font: autor.

Sembla clar, doncs, que **les cooperatives i l'economia col·laborativa persegueixen objectius comuns** (Garcia, 2015) **però tenen trajectòries**

²⁰ Projecte Europeu que té per objectiu el desenvolupament d'un programari FLOSS que permeti la identificació de les iniciatives de producció procomú i la seva reutilització
<http://www.p2pvalue.eu>

paral·leles. En el nou marc del cooperativisme de plataforma, el moviment cooperatiu tradicional pot aprofitar l'emergent economia col·laborativa, amb noves formes d'interacció social i l'ús de tecnologies digitals (Como et al., 2016; L'Apòstrof, 2016), mentre que l'economia col·laborativa pot acostar-se als valors del cooperativisme de participació social, econòmica i democràtica.

6.3 Qualitats democràtiques de l'economia col·laborativa

Com hem observat en l'anterior apartat és pertinent realitzar una revisió crítica de les plataformes d'economia col·laborativa ja que, al mateix temps que l'aparició de plataformes unicorn ha generat una enorme controvèrsia (Codagnone et al., 2016), també identifiquem plataformes tecnològiques que fonamenten un cooperativisme de plataforma (Scholz, 2016) o un cooperativisme obert (Bauwens, 2014).

En aquest context, hem assenyalat la necessitat de generar marcs d'anàlisi que permetin una revisió holística dels elements que configuren una plataforma digital que fomenti l'economia col·laborativa. Fuster et al (2017), basant-se en la tipologia d'interacció que estableix la plataforma digital, proposen l'estudi de sis dimensions: governança, model econòmic, polítiques tecnològiques, polítiques de coneixement, responsabilitat social i impacte (Figura 15).

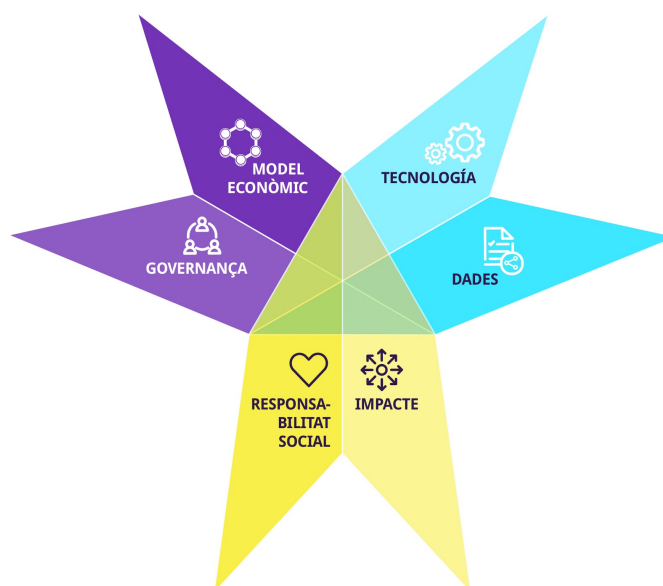


Figura 15. Marc conceptual de l'estrella de l'economia col·laborativa procomú. Font: Fuster et al. (2017).

La **tipologia d'interacció** considera la missió del projecte, la seva àrea d'activitat

(cultura, oci, educació, creació de programari...), el grau de connexió amb l'entorn digital (la major part de la interacció es produeix a la plataforma o aquesta és un suport), tipus d'interacció (entre iguals, ja siguin productors, P2P, o consumidors, C2C; entre negocis, B2B; entre un negoci i un consumidor, B2C; o entre un particular i un professional, P2B), els idiomes i l'esfera de la comunitat (internacional, europea, estatal, regional, ciutat, barri, comunitat veïnal).

La **governança** refereix a dos aspectes: el propi disseny de la plataforma i la tipologia d'entitat que té cura de la seva provisió i la relació que genera amb la comunitat que hi participa. Respecte al disseny es té en compte el grau d'obertura que s'ofereix a les persones que utilitzen la plataforma en referència a la manera com poden contribuir (creant contingut, proposant noves formes de generar contingut o ofertant/demandant/valorant productes o serveis); la política de participació de la plataforma (oberta sense filtres, es modera abans de la publicació o es modera després de la publicació); la possibilitat d'interacció (avaluant si els usuaris poden comunicar-se entre si o crear grups); la tipologia de comptes d'usuari (única o diferents jerarquies); la forma en què s'estableixen els administradors (cada persona usuària se'n pot establir per ella sola, de forma automàtica gràcies a la participació, per eleccions, pel suport d'altres persones administradores o bé pels propietaris de la plataforma); l'existència de sistemes formals o informals per a la presa de decisions comunitàries i si les definicions de les regles formals i les polítiques de plataforma estan obertes a les contribucions de la comunitat que hi participa. Respecte a l'entitat responsable de la provisió, es valora el tipus d'entitat jurídica (administració pública, universitat, fundació, associació, cooperativa, empresa comercial...) i la governança vinculada a la gestió econòmica, tenint en compte si el balanç econòmic és accessible a la comunitat o si es proporciona públicament i si la destinació dels beneficis del projecte és escollida de forma participada entre els membres o només pels propietaris.

A l'hora d'estudiar els diferents **models econòmics** d'economia col·laborativa, es considera el vincle entre l'orientació que tenen els beneficis econòmics i l'impacte social de l'activitat, la sostenibilitat econòmica del projecte i els models de finançament.

Respecte a l'orientació econòmica, es té en compte el tipus d'entitat jurídica i el potencial retorn econòmic que s'estableix amb la comunitat, en relació al seu model de finançament; si els beneficis econòmics són reinvertits en el projecte o dividits entre les persones propietàries; si el model de creixement és orgànic (augmentant d'escala sense impactar en el model de governança), reproductiu (replicant el model) o especulatiu (amb la voluntat d'aconseguir el màxim creixement per després vendre el projecte); el caràcter comercial de la

plataforma, tot considerant si l'intercanvi monetari entre les persones que en són usuàries es produeix: mai, gairebé mai, algunes vegades, sovint o gairebé sempre; i, finalment, l'ús o no de serveis de banca ètica.

Respecte als models de finançament de la plataforma, avaluem la tipologia de recursos utilitzats: capital privat, finançament públic, donacions no monetàries internes, donacions no monetàries externes, estalvis familiars, organització d'esdeveniments, programes de recerca (H2020), comercialització de la marca, microfinançaments, premis, subproductes o derivats, recursos lliures, programes de formació, serveis prèmium, quotes, monedes alternatives, crèdit bancari, marxandatge, publicitat, donacions monetàries i comercialització de les dades.

Pel que fa a les **polítiques de coneixement** de la plataforma, es consideren el contingut i les dades. Respecte al contingut, s'avalua el tipus de llicència en la qual està subjecte el contingut generat pels usuaris de la plataforma (Domini públic, CC0 1.0, CC BY, CC BY-SA, CC BY-ND, CC BY-NC, CC BY-NC-SA, CC BY-NC-ND, Reserva de tots els drets d'autoria, etc.). Pel que fa a les polítiques de dades, es valora la possibilitat d'accedir a les dades generades pels usuaris, considerant si la plataforma disposa d'una API sense restriccions, si es pot fer una exportació de dades completa (dump de dades), si es pot descarregar lliurement en el seu conjunt, si es disposa d'una API amb algunes restriccions, si es pot descarregar gratuïtament una part de la base de dades o bé si no és possible exportar, copiar, ni accedir a cap API.

Respecte a les **polítiques tecnològiques**, es considera quina arquitectura tecnològica adopta la plataforma i el tipus de llicència del programari. Pel que fa al tipus de programari, avaluem el tipus de llicència utilitzada i el seu grau de llibertat per ser reutilitzat: domini públic, CC BY-SA 3.0, GPL, AGPL, LGPL, MIT License, Open Source License, etc. Pel que fa a l'arquitectura tecnològica, s'han adoptat dos indicadors. D'una banda, el tipus d'infraestructura tecnològica de la plataforma: compartit d'igual a igual (Peer-to-peer), FLOSS reproduïble centralitzat però no federat, federada, centralitzada en un punt d'entrada, centralitzada no reproduïble, ja que un node prové exclusivament per propietari i propietari de la plataforma. També s'avalua l'interès per fer ús de blockchain, per tal de desxifrar l'arquitectura tecnològica de la plataforma, tenint en compte que aquest element orienta a l'obertura del projecte.

Respecte a la **responsabilitat social**, es consideren aspectes com la igualtat salarial, l'equitat de gènere, la inclusió social, la intercooperació en el marc de l'Economia Social i Solidària o l'economia procomú i la responsabilitat ambiental. En aquest apartat també es valoren aquells elements que poden manllevar els objectius i la missió del projecte, en cas de creixement exponencial.

En relació a l'**impacte** en la creació de valor, es consideren aspectes com el grau d'acompliment de la missió, el capital relacional (persones que participen de la comunitat), la participació en xarxes amb organitzacions del sector. En aquest bloc, també es considera el valor econòmic del projecte i la capacitat per generar ocupació. Finalment, es valora l'impacte en termes de valor reputacional a través d'indicadors de plataformes de xarxes socials com Twitter i Facebook i de posicionament en webs com Alexa.

L'aplicació del marc conceptual de l'estrella de l'economia col·laborativa procomú en 100 plataformes digitals d'economia col·laborativa amb impacte a la ciutat de Barcelona permet extreure algunes conclusions rellevants per a la nostra investigació. Per una banda, es demostra una correlació entre el model de governança i el model econòmic de la plataforma digital (Espelt i Fuster, 2018). És a dir, com més democràtic és un projecte (tant en el mateix disseny de la plataforma com en la tipologia d'entitat que té cura de la seva provisió i la relació que genera amb la comunitat que hi participa), més cura té que el seu model econòmic generi un retorn i un impacte econòmic positiu en el conjunt de la comunitat que hi participa. Per una altra banda, es demostra una correlació entre la governança i les polítiques tecnològiques i de coneixement (Fuster i Espelt, 2018b). És a dir, com més democràtica és una plataforma, més obertura d'accés a les dades i el coneixement que genera i més possibilitats que altres persones puguin fer ús de la infraestructura tecnològica.

6.4 Plataformes tecnològiques per al consum de productes agroecològics

Com hem estudiat en els dos primers apartats d'aquest capítol, per una banda, hi ha un punt de trobada entre la gestió dels béns comunals i la tradició cooperativa que s'articula en el marc de l'ESS i, per altra, en l'era de la Societat Xarxa, el cooperativisme de plataforma, basat en els comuns digitals, aporta una dimensió digital a les cooperatives a partir dels valors que li són afins. En el tercer apartat hem vist quins elements cal considerar a l'hora de fer una revisió holística de les plataformes digitals que promoguin l'economia col·laborativa.

Si en aquest marc focalitzem l'atenció en el desenvolupament de plataformes tecnològiques per al consum de productes agroecològics, **observem dos tipus de models: el cooperativista, en el marc de l'ESS, i el corporativista, com a un instrument del capitalisme. El primer model parteix dels valors de l'ESS, en el marc d'una o varies cooperatives; el segon té un destacat ànim de lucre i s'emmarca en els interessos d'una corporació privada.** Des d'aquesta perspectiva, en el cas concret de la ciutat de Barcelona, observem tres casos rellevants, els dos primers se situen en el model cooperativista i el tercer en el

corporativista:

- Desenvolupament de programari propi de codi lliure: algunes cooperatives i grups de consum creen solucions tecnològiques que els permeten generar una alternativa a les eines que ofereix Google, l'opció més utilitzada entre les organitzacions identificades (Espelt et al., 2015).
- Desenvolupament de plataforma cooperativa: la creació de la plataforma Katuma, impulsada per l'Associació sense ànim de lucre Coopdevs,²¹ i basada en els valors cooperatius i el programari de codi lliure, s'articula com a un instrument d'intercooperació agroecològica, propietat de les pròpies cooperatives i productores.
- Desenvolupament de programari propietari: la irrupció d'«El Rusc que diu sí» (LCQDS) a partir de l'any 2014 fomenta l'aparició de grups de persones que consumeixen productes agroecològics a través de l'impuls d'un/a emprenedor/a i aprofitant el servei d'una plataforma digital privativa (Espelt, Peña-López, Vega, 2017).

6.4.1 El programari propi de codi lliure

La digitalització de les cooperatives i grups de consum té una forta dependència de les eines que ofereix Google (Espelt et al., 2015). Així mateix, durant aquest procés, han sorgit diferents solucions tecnològiques per facilitar la tasca organitzativa dels grups basades en el programari de codi lliure (López Roca, 2015) i amb la voluntat de generar una alternativa més afí als valors i a la voluntat d'autogestió de les cooperatives i grups de consum (Espelt et al., 2016).

L'Aixada 2.0²², realitzat per membres del grup de consum Aixada de Barcelona, és un dels casos més referenciats. Aquest és un programari de codi obert que ajuda a gestionar les necessitats que té un grup de consum cooperatiu agroecològic. Segons s'indica en la mateixa descripció del projecte, es tracta d'una compilació d'eines que ajuden a autogestionar l'organització per la compra, la venda i la manipulació de productes. La plataforma combina una aplicació habitual de carro de la compra amb un mòdul per demanar productes als proveïdors. A més de comprar i vendre automàticament, també facilita la gestió dels membres de la cooperativa, a l'hora de fer un seguiment dels patrons de consum i generar un inventari de l'estoc.

²¹ Coopdevs (<http://coopdevs.org>) és una associació de persones que, de forma voluntària i sense ànim de lucre, col·laboren per crear solucions tecnològiques, basant-se en el programari lliure i el codi obert, per a fomentar i promoure l'economia social.

²² Aixada 2.0 <http://aixada-new.sourceforge.net/index.html>

L'ús d'aquest programari permet la distribució de 700 productes, provinents de 60 proveïdors locals i ecològics, a les 40 famílies que formen l'organització. Com veurem en capítols posteriors, gràcies a les possibilitats que ofereix el programari per descarregar-se lliurement, l'Aixada 2.0 ha estat adoptat per altres grups i cooperatives de consum, especialment de la ciutat de Barcelona.

6.4.2 La plataforma cooperativa

Més enllà del programari propi i en la recerca d'una plataforma oberta i distribuïda, Katuma,²³ basant-se en el cooperativisme de plataforma i els comuns digitals, té com a objectiu facilitar el consum agroecològic de proximitat. Desenvolupada amb programari de codi obert, la plataforma està dirigida a qualsevol persona interessada en consumir, vendre o distribuir aliments de proximitat.

La propietat i gestió de la plataforma recau en les entitats i persones implicades: productors, consumidors, grups de consum i distribuïdores. De manera que es tracta d'un model organitzatiu transparent, participatiu i sense ànim de lucre que aspira a que cada soci/sòcia pugui pagar una quota de manteniment per al seu propi finançament.

La idea de desenvolupament de l'eina sorgeix de les inquietuds detectades per membres de diferents comissions d'informàtica de grups i cooperatives de consum de la ciutat de Barcelona, que coneixen bé els processos i les problemàtiques que tenen lloc a les seves organitzacions. A finals de l'any 2012, es produeixen les primeres reunions del que acaba sent Coopdevs²⁴ —constituïda formalment l'any 2016—, entitat que inicialment lidera Katuma, amb la voluntat de desenvolupar un instrument que estalviï feina repetitiva en la gestió de grups de consum i de potenciar el consum de proximitat. La plataforma, més enllà de facilitar la comanda online, es concep com un Mercat Social i un instrument d'intercooperació entre grups i cooperatives de consum agroecològic en el marc de l'Economia Social i Solidària.

Katuma involucra en el seu codisseny a productors, distribuïdores i grups i cooperatives de consum de Catalunya i Balears, però també a professionals de l'àmbit de la investigació, la comunicació i el disseny que han fet possible el desenvolupament d'una primera versió de la plataforma tecnològica. Actualment, diversos grups de consum, productors i distribuïdores han mostrat interès pel projecte. Vuit d'elles estan provant l'eina i participant en les diferents

²³ Web del projecte: <http://www.katuma.org>. Katuma prové de «catuma» (dialecte de Piemont), que vol dir literalment «comprem».

²⁴ Associació sense ànim de lucre que té com a finalitat crear plataformes open source per a projectes comunitaris.

assemblees obertes que des d'un inici es convoquen.

Tota la informació sobre el que està passant a Katuma està disponible al web community.coopdevs.org²⁵, un espai obert on es requereix registre però que no està moderat. Per al seguiment i difusió del projecte, Katuma disposa també de perfil a la xarxa social Twitter.

En paral·lel al desenvolupament de la plataforma, i arrel de l'observació realitzada per Coopdevs sobre què està passant a altres països del món en la línia del seu model de negoci, durant el 2016, Katuma es converteix en el primer node d'Open Food Network (OFN)²⁶ a Barcelona, Catalunya, i a l'Estat espanyol. Open Food Network és un projecte de la Fundació Open Food, una xarxa mundial que, basant-se en les possibilitats del codi lliure, facilita eines tecnològiques a la ciutadania per a la creació de mercats locals, sota el paraigua del cooperativisme i com a alternativa real als grans distribuïdors agroindustrials.

Per a les persones interessades en programari lliure, la plataforma OFN posa a la seva disposició l'Open Food Commons, un espai on qualsevol persona pot revisar al detall tot allò en què s'està treballant. A més, la plataforma OFN posa a disposició dels usuaris i usuàries la possibilitat de recomanar i coparticipar en la ideació de noves funcionalitats de cara a millorar-ne el funcionament. L'equip de Katuma s'ha integrat com un node més en aquesta xarxa, participant actualment en el desenvolupament de codi lliure per l'OFN que té repercussió mundial en tots els nodes locals.

La xarxa local d'Open Food Network està present a Austràlia²⁷, Regne Unit, Canadà, Suècia, Noruega, França i Espanya; aquest darrer cas, gràcies a Katuma. S'estan desenvolupant nodes als Estats Units, Sud-àfrica i l'Índia.

En l'actualitat, Katuma està impulsant la creació d'una cooperativa de serveis que recolzi la consolidació de la implantació de la plataforma i la seva viabilitat que, fins ara, ha tingut el lideratge inicial de Coopdevs. En aquesta línia contempen obrir-se a diferents tipus de persones usuàries, no només entitats (grups de consum, productors o distribuïdores), sinó també persones interessades en consumir productes de proximitat. El resultat d'aquest procés ha de permetre materialitzar el marc sobre el qual es construirà la governança de la nova entitat.

Per la dimensió del projecte i per la força organitzativa que l'impulsa —on a part de les desenvolupadores tecnològiques, participen productors,

²⁵ Espai obert a la comunitat de Katuma <http://community.coopdevs.org>.

²⁶ Web del projecte: <https://openfoodnetwork.org>.

²⁷ El projecte neix a Austràlia l'any 2012 de la mà de Kirsten Larsen i Serenity Hill.

cooperatives, intermediaris de l'ESS, activistes i investigadors— hem considerat convenient situar l'exemple de Katuma a part de les solucions tecnològiques pròpies o adaptades pels grups en aquests anys de cooperativisme agroecològic i com a resposta al model corporativista que tractem en el punt següent.

Així mateix, Katuma és un dels 10 casos paradigmàtics d'economia col·laborativa procomú de la ciutat de Barcelona (Fuster i Espelt, 2018a), ja que aconsegueix gran part dels criteris descrits pel marc conceptual de l'estrella de l'economia col·laborativa procomú (Fuster et al., 2017).

6.4.3 El programari propietari

En els darrers anys i en paral·lel al desenvolupament de programari cooperatiu, conceptualitzat com a plataforma d'intercooperació agroecològica, s'han implantat noves organitzacions de consumidors, anomenades Ruscs que operen a través de la plataforma El Rusc que diu sí²⁸. Els «Ruscs», formen part d'una xarxa més àmplia que, a Espanya, rep el nom de La Colmena que dice sí (LQCDS). LQCDS, neix a l'any 2009 a França, com a resposta a la necessitat de repensar el model de consum tradicional i s'autodefineix com una «start-up social i solidària» (LQCDS, 2014 i 2017).

Guilhem Chéron, membre d'un grup de consum a França, comença a indagar en els avantatges d'agilitzar el procés de gestió del dia a dia gràcies a Internet. El projecte madura durant l'any 2010 en una estada al viver empresarial de l'escola Avança, quan Guilhem culmina la creació, juntament amb Marc-David Choukron i Mounir Mahjoubi, de Equanum, la matriu del que és la plataforma digital agroalimentària per excel·lència, El Rusc que diu sí. Un any després, l'any 2011, Equanum llança des de Tolosa La Ruche qui dit Oui!, amb l'objectiu de «democratitzar l'accés als bons productes i el consum d'aliments locals» (El Referente, 2015). El Rusc de Fauga, la primera de les organitzacions, obre les portes el 21 de setembre de l'any 2011 a l'Alt Garona. En una mica més d'un any, entre França i Bèlgica sumen uns 320 Ruscs amb un volum de facturació al voltant dels 9 milions d'euros.

A Espanya, les primeres organitzacions arriben a Madrid i Barcelona el 2014. El 2015 s'obren 8 Ruscs, entre les dues ciutats, que facturem unes 100 comandes setmanals, una xifra gens menyspreable en el sector. Un any després, al 2016, 33 Ruscs amb uns 16.000 membres consumeixen de forma habitual productes de 250 agricultors i ramaders. A partir d'aquí, s'estenen a altres barris i ciutats: València, Còrdova, Granada... existint en l'actualitat més de 100 Ruscs a Espanya,

²⁸ Web del projecte: <https://lacolmenaquedicesi.es/ca/p/index>.

oberts o en construcció, sumant-se als 900 Ruscs que repliquen el model a Alemanya, Bèlgica, Espanya, França, Itàlia i Regne Unit.

Els Rusc i les cooperatives tenen aspectes comuns: voluntat d'autogestionar-se, desintermediar amb la producció i construir comunitat, però molts elements diferents: aspectes econòmics, tècnics, legals, referents al tipus de governança, als valors associats al model o vinculats a la relació entre persones, amb productors, amb el producte final o l'espai. En la taula 2 resumim les similituds i les diferències entre models.

	Rusc	Cooperativa de consum
Lògica constitutiva	Société par actions simplifiée (es referencien com a: Start-up social i solidària)	Cooperativa
Impuls inicial	Individual	Col·lectiu
Ubicació	Bars, coworkings	Espais comunitaris, locals de lloguer, ocupats
Marc econòmic	Economia col·laborativa	Economia Social i Solidària Economia Col. procomú
Capital social	Centralitzat, jeràrquic	Distribuït, democràtic
Benefici econòmic	Individual	Col·lectiu
Valors	Consum responsable	Consum responsable
Governança	Jerarquia vertical	Assembleària
Feminització	Sí	Equitat
Consum	Individual	Col·lectiu / cooperatiu
Distància producte	Proximitat	Proximitat

Taula 2: Resum de similituds i diferències entre els Ruscs i les cooperatives i grups de consum agroecològic. Font (Espelt, Peña-López, Vega, 2017).

L'estudi comparatiu entre els Ruscs —sis actius i set en construcció— i els grups i cooperatives de consum —cinquanta-set— de la ciutat de Barcelona conclou que, **malgrat els Ruscs comparteixen alguns objectius amb les cooperatives de consum, no tenen un encaix amb els valors que promou l'ESS i l'economia col·laborativa procomú** (Espelt, Peña-López, Vega, 2017)²⁹.

²⁹ El text complet d'aquesta investigació es pot consultar a l'annex A7.

En resum, en aquest capítol hem estudiat la confluència del cooperativisme —i la seva dimensió digital: el cooperativisme de plataforma— amb els comuns i els comuns digitals com alternativa a la proliferació de plataformes tecnològiques corporatives que tenen voluntat de concentrar l'activitat econòmica d'un determinat sector amb patrons de mercat capitalista. Aquestes plataformes cooperatives, basant-se en els comuns digitals, no tenen afany de lucre i estan governades democràticament per a promoure una economia col·laborativa procomú. També hem estudiat com l'àmbit de la cooperació agroecològica no és aliena a aquest procés de digitalització i que, en paral·lel a l'ús d'eines corporatives, com les ofertes per Google, o plataformes propietàries, com El Rusc que diu Sí, el propi sector ha generat alternatives més afins amb els seus valors. Aquestes alternatives tenen a voltes una dimensió més reduïda, oferir solucions al propi grup de consum o a grups de consum que les vulguin adoptar, o bé més àmplia, per oferir una plataforma cooperativa de consum agroecològic que permeti una intercooperació agroecològica en xarxa.

PART 3. COOPERATIVES DE CONSUM AGROECOLÒGIC DE PLATAFORMA



fusióTeca

És un plàtan? És un fuet?

Fotografia de Jordi Plana Pey.

Capítol 7. HIPÒTESI I SUBHIPÒTESIS DE TREBALL

En els capítols previs, hem estudiat com es configura el cooperativisme agroecològic i com, a través de l'ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC), pot reconfigurar-se de nou en un cooperativisme agroecològic articulats en el marc de la Societat Xarxa.

En l'estudi «El canvi d'escala: un revulsiu per a la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic?» (2017), Martín-Mayor et al. assenyalen la necessitat que el cooperativisme agroecològic escali cap a més consumidors per tal que aquest model de consum sigui sostenible i no generi una precarització de la producció. Els autors de l'informe indiquen que l'agroecologia, com a part dels CCC, seguint la guia de l'articulació en xarxa de l'ESS a l'hora de fomentar el Mercat Social, ha de generar més espais d'intercooperació com a aspecte estratègic fonamental per assolir l'escalabilitat que en permeti la sostenibilitat.

Méndez i Sabin, 2013, Collado i Casadevente, 2015; Sabin, 2015; Suriñach, 2016, entre d'altres, destaquen la rellevància de l'emergència del moviment dels comuns urbans, territorialitzats i vinculats a una comunitat o per la producció en l'àmbit digital, a l'hora d'afrontar l'augment de l'escala del Mercat Social, en una tercera via en la dicotomia entre Estat-mercat. Suriñach (2016), en aquest marc dels comuns urbans, refereix explícitament l'experiència del cooperativisme agroecològic desenvolupat a Catalunya en les darreres dècades, com un exemple d'intercooperació vertical que ha permès articular un espai de confiança en tota la cadena de producció, transformació, distribució i consum.

Scholz, a «Platform Cooperativism. Challenging the Corporate Sharing Economy» (2016), centrat en l'àmbit digital i en resposta al creixement de plataformes tecnològiques que generen models d'economia col·laborativa allunyades de l'ESS, situa les plataformes cooperatives com a un instrument essencial per a l'escalabilitat de les cooperatives tradicionals i, al mateix temps, indica que els valors del cooperativisme han d'impregnar aquestes plataformes digitals. En aquest marc d'impuls del cooperativisme de plataforma, Fuster (2016) assenyalava que aquest ha de fomentar-se en els comuns digitals per ser coherent amb els valors que promou.

Finalment, hem vist recentment com a la praxi han sorgit dos projectes amb voluntat d'escalar el consum agroecològic, amb enfocaments força diferenciats. Per una banda, els Ruscs, que fomenten els Circuits Curts de Comercialització i tenen una bona expansió d'organitzacions en el territori, però no aconsegueixen els criteris que permeten la seva vinculació al conjunt d'entitats de l'Economia Social i Solidària (Espelt et al., 2017), ni a les plataformes digitals de producció procomú entre iguals (Benkler, 2006). Per l'altra, el projecte Katuma (veure apartat 5.3.2) que té la voluntat d'articular-se com una plataforma cooperativa

que fomenti el cooperativisme agroecològic basant-se en els comuns digitals i els valors de l'ESS.

Amb la voluntat d'estudiar l'impacte de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació en les cooperatives i els grups de consum, la nostra hipòtesi és que **l'adopció de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) per part de les cooperatives de consum es fa —en coherència amb els principis cooperativistes— basant-se en els comuns digitals; això redefineix la relació entre proveïdors i consumidors, teixint una xarxa de naturalesa tecnopolítica d'intercooperació agroecològica, que conjumina el consum de proximitat desintermediat que defineix els Circuits Curts de Comercialització, els valors de l'Economia Social i Solidària (ESS), la participació en els Moviments Socials (MMSS) i les converteix en cooperatives de consum agroecològic de plataforma.**

Per una banda, la hipòtesi de treball incideix en què, per coherència amb els seus valors, les cooperatives de consum agroecològic haurien d'adoptar les TIC basant-se en els comuns digitals. Per una altra banda, la hipòtesi incideix en què l'ús de les TIC redefineix la relació entre proveïdors i consumidors, generant una xarxa d'arrel tecnopolítica que permet la intercooperació agroecològica i, per tant, promou un consum cooperatiu de productes agroecològics que afavoreix els CCC, l'ESS i la participació en MMSS que converteix a les cooperatives de consum agroecològic en cooperatives de consum agroecològic de plataforma. És a dir, la primera part de la hipòtesi de treball se centra en com adopten les TIC les cooperatives de consum agroecològic i, en la segona part, es refereix al perquè d'aquesta adopció.

Per abordar aquesta hipòtesi principal, la subdividim en dues subhipòtesis de treball.

Per una banda, volem caracteritzar la relació de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) en el funcionament dels grups i cooperatives i la seva articulació amb els proveïdors per facilitar el consum cooperatiu de productes agroecològics, postulant que **les cooperatives de consum agroecològic adopten les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) per facilitar la relació en xarxa entre productors i cooperatives de consumidors, transformant el model organitzatiu de les cooperatives de consum agroecològic de plataforma.**

Per una altra banda, volem corroborar que aquesta relació del cooperativisme agroecològic i el cooperativisme de plataforma és un element essencial de la reformulació de la intercooperació agroecològica, postulant que **l'adopció per**

part de les cooperatives de consum agroecològic de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) es fa —en coherència amb els principis cooperativistes— basant-se en els comuns digitals, reforçant la intercooperació agroecològica que resulta del consum de proximitat desintermediat dels Circuits Curts de Comercialització (CCC), els valors de l'Economia Social i Solidària i la participació en els Moviments Socials (MMSS).

La formulació de la hipòtesi i de les consegüents subhipòtesis de treball respon a l'aproximació holística en la qual hem situat les cooperatives i els grups de consum agroecològic i a la voluntat de conèixer la seva reformulació en el marc de l'era de la Societat Xarxa.



espera

*És pera? espera... limitada.
Fotografia de Jordi Plana Pey.*

Capítol 8. METODOLOGIA

El cooperativisme de plataforma, l'àmbit d'investigació d'aquest projecte, a cavall entre el cooperativisme i l'ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC), és força nou. A més, el cooperativisme s'articula amb elements diferencials propis segons cada territori. Les xarxes locals defineixen les seves pròpies eines per identificar i promoure iniciatives en el marc de l'Economia Social i Solidària (ESS). En el nostre cas, en capítols previs, hem estudiat el Pam a Pam i el Balanç Social com a instruments d'avaluació de l'expansió de l'ESS a Catalunya. Així mateix, si, com és el cas de la nostra investigació, ens centrem en l'àmbit de l'agroecologia, les referències són encara més escasses. De totes maneres, hem identificat investigacions que se situen en l'encreuament entre cooperatives i TIC i, a partir del seu exemple, ens permeten dissenyar una metodologia pròpia.

Les metodologies utilitzades pels estudis «Understanding the situation and factors of ICT adoption in agricultural cooperatives» (Montegut et al. 2013) i «El E-Business en el cooperativismo agrario: El caso del sector oleícola» (Mozas i Bernal, 2008), basades en l'impacte de les TIC en l'àmbit del cooperativisme agrari de Lleida i Jaén —respectivament—, ens mostren les possibilitats d'utilitzar qüestionaris —completats a través d'entrevistes— i analitzar les dades amb tècniques i instruments d'estadística descriptiva.

L'estudi «Equipamiento y gestión de las tecnologías de la información en la cooperativas agroalimentarias» (Meroño i Arcas, 2006), seguint una metodologia similar a les investigacions de Montegut et al. (2013) i Mozas i Bernal (2008), incorpora una observació dels continguts dels webs de les cooperatives per identificar l'orientació (informatius, relacionals, transaccionals), l'àmbit (intern, extern) i la tecnologia utilitzada. En aquest mateix sentit, l'estudi «Internet, Cooperativismo Agrario y Desarrollo Rural. El caso de las Cooperativas de la Comunidad Valenciana» (Juliá et al., 2006) se serveix d'una recerca a través de cercadors web per identificar l'ús d'Internet en les cooperatives de la Comunitat Valenciana.

Malgrat que aquest conjunt de referències estan ubicades en l'àmbit del cooperativisme agrari —amb trets distintius rellevants vers el cooperativisme de consum— mostren, per una banda, la importància de combinar metodologies quantitatives que permeten obtenir dades que són analitzades amb tècniques i instruments d'estadística descriptiva i metodologies qualitatives que ens permeten obtenir dades de detall per argumentar els resultats estadístics. D'altra banda, en les referències esmentades, les dades s'obtenen en entrevistes semiestructurades i a partir d'un qüestionari i de l'observació web. La representació de resultats es realitza a través de diagrames de barres i diagrames de sectors.

El disseny de la metodologia de la nostra investigació —d'acord amb les referències esmentades— utilitza mètodes quantitius, com l'ús d'estadístics descriptius que ens ajuden a resumir i descriure les dades obtingudes a través de qüestionaris i entrevistes semiestructurades, anàlisi de variància (ANOVA) per analitzar les mitjanes de grups i els seus procediments associats, anàlisi de correlacions de Pearson per indicar la força i la direcció de les relacions lineals entre variables aleatòries, anàlisi factorial per explicar les correlacions entre les variables observades, mètodes qualitatius que, a través d'entrevistes semiestructurades, observació directa de l'objecte d'estudi i observació de l'espai web (netnografia), ens permeten realitzar una anàlisi amb més profunditat de la població d'estudi. Com descriurem posteriorment, per a la representació de resultats, utilitzem diagrames de barres, diagrames de sectors, eines de representació de xarxes i sistemes d'informació geogràfica.

8.1 Les Tecnologies de la Informació i la Comunicació com a facilitadores de la intercooperació agroecològica de plataforma

Per caracteritzar la relació de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC), a través del cooperativisme de plataforma, en el funcionament dels grups i cooperatives i la seva articulació amb els proveïdors, per promoure el consum cooperatiu de productes agroecològics, considerem dos espais de treball. Per una banda, els aspectes que caracteritzen la digitalització de les cooperatives i, d'altra banda, els aspectes claus que determinen la intercooperació agroecològica de plataforma.

Respecte a la definició de la digitalització de les cooperatives, considerem dos blocs d'indicadors: aquells que es refereixen a l'ús de les TIC per a la logística de consum de productes agroecològics (que contemplen la gestió d'estocs, la facturació, la comptabilitat...) i aquells que es refereixen a l'ús de les TIC per a la difusió de l'activitat del grup i altres activitats o continguts d'interès (Taula 3).

El bloc d'indicadors centrat en la gestió de la comanda té en compte el nombre de cooperatives que utilitzen les TIC per a aquesta tasca, l'eina tecnològica utilitzada i la seva llicència d'ús. El bloc d'indicadors que avaluen l'impacte de les TIC en la comunicació de l'organització inclou el nombre de cooperatives que disposen d'un portal web, l'eina utilitzada, la llicència dels continguts publicats i el nivell d'actualització.

L'obtenció de les dades es fa a partir d'una entrevista semiestructurada i seguint el guió d'un qüestionari (veure addenda 2: Qüestionari TIC cooperatives de l'annex A.3) a un o varis membres de l'organització (generalment de l'àrea de comunicació externa). Al mateix temps duem a terme una observació dels portals

web de les cooperatives, a través d'una recerca netnogràfica (veure annex A.7) que ens permet avaluar com s'utilitzen les plataformes digitals per a la difusió de continguts, el tipus de llicència utilitzada i el nivell d'actualització.

Caracterització de la digitalització de les cooperatives		
Variable	Indicador	Font
Impacte de les TIC en la gestió de la comanda	Nombre de cooperatives que utilitzen les TIC en la gestió de la comanda	Qüestionari TIC cooperatives ³⁰
	Eina tecnològica utilitzada per a la gestió de la comanda	Qüestionari TIC cooperatives
	Llicència del programari utilitzat	Qüestionari TIC cooperatives
Impacte de les TIC en la comunicació de l'organització	Nombre de cooperatives que disposen d'un portal web	Observació web
	Eina tecnològica per implantar el portal web	Observació web
	Llicència dels continguts publicats	Observació web
	Freqüència de l'actualització dels continguts web	Observació web

Taula 3. Variables i indicadors per avaluar la caracterització de la digitalització de les cooperatives. Font: autor.

Per a l'anàlisi es realitzen estadístics descriptius de les mitjanes aritmètiques i dels percentatges resultants que ens ajuden a resumir i descriure les dades obtingudes a través d'un qüestionari realitzat en una entrevista estructurada i l'observació de la pàgina web de les cooperatives i/o les plataformes de xarxes socials (Twitter i Facebook). La representació de resultats es fa en diagrames de sectors.

En relació a l'impacte de les TIC en la intercooperació agroecològica de plataforma, considerem vuit variables claus: la dimensió de la cooperativa o grup de consum, el vincle amb els circuits de proximitat, la relació justa entre productors i consumidors, la capacitat d'intercooperació de l'organització, l'impacte global de l'ús de les TIC, la dimensió de les cooperatives, el grau de

³⁰ La referència qüestionari cooperatives està inclosa com addenda 2 al qüestionari de compliment dels criteris de l'ESS Pam a Pam (veure annex A.3)

professionalització de les cooperatives i la digitalització de les relacions en xarxa (Taula 4).

Intercooperació agroecològica de plataforma		
Variable	Indicador	Font
Dimensió de la cooperativa o grup de consum	Xifra d'unitats familiars	Qüestionari ESS Pam a Pam
Vincke amb els circuits de proximitat	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador circuits de proximitat (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
Relació justa entre productors i consumidors	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Justícia social (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
Capacitat d'intercooperació de l'organització	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Intercooperació (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
Impacte global de l'ús de les TIC	Valoració (del 0 al 10) de l'ús de les TIC en l'operativa diària	Qüestionari ESS Pam a Pam
Grau de professionalització de les cooperatives	Nombre de cooperatives que disposen de persones alliberades	Qüestionari ESS Pam a Pam
Digitalització de les relacions en xarxa	Nombre de cooperatives, intermediaris i productors que participen en plataformes de xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram)	Observació web

Taula 4. Variables i indicadors per avaluar l'impacte de les TIC en la intercooperació agroecològica de plataforma. Font: autor.

La dimensió de la cooperativa ens permet valorar la capacitat d'impacte en el Mercat Social; l'indicador de valoració dels circuits de proximitat ens determina el vincke de les cooperatives i grups amb els CCC; l'indicador de valoració de la justícia social és clau en la connexió entre l'ESS i l'agroecologia, ja que permet avaluar —en termes de justícia— la relació entre productor i consumidor; l'indicador que determina el nivell d'intercooperació permet mesurar el potencial impacte de la tasca de la cooperativa o grup de consum en el reforç del Mercat Social; l'indicador que avalua la valoració global de les TIC permet tenir una dimensió de conjunt de la rellevància de les eines digitals en l'operativa diària; la dimensió de les cooperatives determina el potencial impacte de l'organització en termes de nombre de persones vinculades a aquest model de consum; el grau de professionalització de les cooperatives permet valorar el grau d'impacte de les

cooperatives professionalitzades versus les que són gestionades únicament per persones voluntàries i la digitalització de les relacions en xarxa permet avaluar el potencial relacional de les organitzacions a través de les plataformes de xarxes socials.

De la mateixa manera que a l'anterior bloc de variables, les dades s'obtenen a partir del qüestionari Pam a Pam (veure Annex A.3), que es realitza en entrevistes semiestructurades, i l'observació de les plataformes de xarxes socials que els agents de la intercooperació agroecològica (cooperatives, intermediaris i productors) utilitzen.

De cara a obtenir informació relativa a la presència de cooperatives, productors i intermediaris a les plataformes de xarxes socials, s'ha realitzat una investigació netnogràfica a partir de l'observació dels enllaços que apareixen als webs i blogs oficials. D'aquesta forma, s'ha procedit, en primer lloc, a l'anàlisi documental dels perfils socials visibles des dels espais en línia de referència, per, a continuació, en cas de no estar enllaçades les xarxes socials des d'aquests webs oficials, corroborar la seva presència en cadascuna de les plataformes estudiades (en el nostre cas, Facebook i Twitter). La revisió independent de la presència de cooperatives, intermediaris i productors en aquestes dues plataformes, permet alhora analitzar el conjunt de la mostra, incorporant també aquelles cooperatives, intermediaris i productors que estan a les plataformes de xarxes socials però no tenen un blog o web de referència.

Per valorar la relació entre A) el nombre d'Unitats Familiars, B) els circuits de proximitat, C) el comerç just, D) la intercooperació, E) la valoració global de les TIC, F) la presència de persones alliberades, G) la participació d'intermediaris i H) la presència a les xarxes socials, fem una anàlisi de correlacions entre aquestes variables, permeten, així, identificar el nivell de relació que tenen els elements que configuren la intercooperació agroecològica de plataforma. Per representar els resultats estadístics s'utilitzen diagrames de barres i diagrames de sectors.

8.2 Impacte en el vincle amb els Circuits Curts de Comercialització, l'Economia Social i Solidària i els Moviments Socials

Per corroborar que la relació entre el cooperativisme agroecològic i el cooperativisme de plataforma és un element essencial per a la reformulació de les tres dimensions que defineixen la intercooperació agroecològica —la pertinença als Circuits Curts de Comercialització (CCC), sota els valors de l'Economia Social i Solidària i la participació en els Moviments Socials (MMSS)— identifiquem tres grups de variables corresponents a cada un dels eixos a analitzar:

A. Circuits Curts de Comercialització: Per verificar la relació entre el cooperativisme agroecològic i els CCC, per una banda, preguntem a les cooperatives quins són els seus productors i/o proveïdors no directes (intermediaris). Aquestes dades ens permeten determinar el nombre de productors i intermediaris de cada cooperativa, la seva tipologia i la distància geogràfica que recorren els aliments des de la seva producció. Per l'altra banda, verifiquem la importància que les cooperatives donen als CCC a través de la valoració que les organitzacions fan del consum de proximitat (Taula 5).

La recollida de dades per obtenir la xarxa de productors i intermediaris (veure addenda 1 Annex A.3) i les variables d'impacte social, impacte ambiental i impacte organitzatiu i de treball (veure Annex A.3) es realitzen a partir d'un qüestionari en entrevistes semiestructurades. En les mateixes entrevistes se sol·licita la llista de productors per tal de realitzar la relació de productors i cooperatives. La representació de la xarxa de productors i cooperatives ens ajuda a determinar quins són els nodes (agents) més rellevants. Per tant, podem veure quins són els productors que proveeixen a més cooperatives, les cooperatives amb més productors associats i les relacions que es produeixen entre tots els productors i totes les cooperatives.

Circuits Curts de Comercialització		
Variable	Indicador	Font
Xarxa de productors i cooperatives de consum	Nombre i llista de productors i intermediaris	Qüestionari cooperatives
	Tipologia de productors i intermediaris	Qüestionari cooperatives
	Distància quilomètrica entre productors/intermediaris i cooperatives	Qüestionari cooperatives
Valoració dels consum de proximitat	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador circuits de proximitat (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam

Taula 5. Variables i indicadors per avaluar l'impacte del vincle de les cooperatives i grups de consum amb els Circuits Curts de Comercialització. Font: autor.

Per analitzar el vincle de les cooperatives de consum amb els Circuits Curts de Comercialització, per una banda, ens fixem en el comportament de la mitjana aritmètica de la variable circuits de proximitat (amb una gradació de 0 a 5) en les respostes de cada una de les organitzacions participants. L'estudi d'aquesta variable ens permet determinar el pes global dels Circuits Curts de

Comercialització en cada grup de consum, així com aquelles organitzacions amb una valoració més rellevant. D'altra banda, per representar el vincle de les cooperatives i els grups de consum amb els productors i intermediaris, es realitza una anàlisi de xarxa (a través del programari Gephi) per mostrar el grau de centralitat (el nombre de connexions) de cada organització, ja sigui cooperativa o proveïdora. La mida de cada node depèn del grau de centralitat, així les mesures de centralitat són indicadors essencials per analitzar la posició d'una organització a la xarxa i venen donades per: a) la centralitat de grau, el nombre de connexions; b) la centralitat de proximitat, en relació al conjunt de la xarxa; c) la centralitat d'intermediació, nodes pont i centralitat del vector propi, respecte als nodes ben connectats (Grandjean, 2013).

B. Economia Social i Solidària: A partir de les dades de les variables d'impacte social, impacte ambiental i impacte organitzatiu i de treball (Pam a Pam) determinem el nivell d'acompliment de cada un dels criteris que defineixen el perímetre que permet considerar una organització part de l'ESS. En aquest cas, per estudiar el paper de la intercooperació, a més de les cooperatives de consum, incorporem a l'observació el comportament d'aquestes variables en les organitzacions intermediàries que actuen com a nodes entre productors i consumidors (Taula 6).

Economia Social i Solidària		
Impacte social de la cooperativa o grup de consum/Intermediari	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador circuits de proximitat (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Justícia social (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Transparència (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Inclusió (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Intercooperació (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Xarxes (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Gestió econòmica (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
Impacte ambiental de la cooperativa o grup de consum / Intermediari	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Criteris ecològics (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam

	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Gestió dels residus (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Consum energètic (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
Impacte d'organització i treball de la cooperativa o grup de consum / Intermediari	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Forquilla salarial (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Desenvolupament personal i professional (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Equitat de gènere (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Aprofundiment democràtic i participació (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam
	Nivell d'acompliment (del 0 al 5) de l'indicador Llicències de programari i continguts (Pam a Pam)	Qüestionari ESS Pam a Pam

Taula 6. Variables i indicadors per avaluar l'impacte del vincle de les cooperatives i grups de consum amb l'Economia Social i Solidària. Font: autor.

Per avaluar el vincle de les cooperatives i grups de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona amb els valors de l'Economia Social i Solidària realitzem una mitjana aritmètica d'acompliment de cada un dels 15 indicadors (que tenen una gradació de 0 a 5). Aquesta anàlisi ens permet avaluar els criteris amb major i menor grau d'acompliment.

Per finalitzar aquest bloc d'anàlisi es realitza una comparativa —a través de la mitjana aritmètica d'acompliment entre cooperatives de consum i organitzacions intermediàries— de les variables associades a l'impacte de l'Economia Social i Solidària.

Per a la representació gràfica de l'anàlisi de l'estadístic descriptiu del vincle de l'ESS amb la intercooperació agroecològica, elaborat en aquest apartat, s'utilitzen diagrames de barres.

C. Moviments Socials: Per valorar el vincle entre el cooperativisme agroecològic i els Moviments Socials i el paper de la tecnopolítica, ens centrem a estudiar el

compromís social i polític de la cooperativa, la coincidència ideològica amb el moviment 15M o dels indignats, el tipus de vincle amb el 15M (individual o grupal) i l'ús de les TIC durant el període de temps que va durar el moviment social (Taula 7).

Per recollir les dades del vincle de les cooperatives i els grups de consum amb els Moviments Socials s'envia un qüestionari en línia (a través d'un formulari realitzat amb Google). Aquest qüestionari (veure Annex A.6) permet obtenir dades sobre el compromís social i polític del grup, la correspondència ideològica amb el 15M, el grau de participació a nivell individual i del grup com a tal i el nivell d'influència de les TIC en el seu funcionament. En el cas que el grup es constitueixi durant o posteriorment al moviment, el qüestionari inclou un ítem per conèixer el grau d'influència del 15M en el compromís social i polític del grup i el nivell d'ús de les TIC en la seva participació.

Moviments Socials		
Variable	Indicador	Font
Compromís social i polític global del grup	Nivell de valoració del grup (del 0 al 10) respecte al nivell de compromís social i polític global	Qüestionari en línia
Coincidència ideològica amb el 15M	Nivell de valoració del grup (del 0 al 10) respecte a la coincidència ideològica amb el 15M	Qüestionari en línia
Pes del vincle individual amb el 15M	Nivell de participació individual (del 0 al 10) amb el 15M	Qüestionari en línia
Pes del vincle grupal amb el 15M	Nivell de participació grupal (del 0 al 10) amb el 15M	Qüestionari en línia
Ús de les TIC durant el 15M	Nivell d'ús de les TIC (del 0 al 10) durant el 15M	Qüestionari en línia

Taula 7. Variables i indicadors per avaluar l'impacte del vincle de les cooperatives i grups de consum amb els Moviments Socials. Font: autor.

Per avaluar el vincle global de les cooperatives amb els Moviments Socials i el 15M, en particular, apliquem una anàlisi de correlació de Pearson i una anàlisi factorial sobre variables en estudi (Compromís, Ideologia, Tecnologia, Vinculació Grup i Vinculació Individual) per quantificar la relació existent entre variables (correlació). Posteriorment, apliquem una anàlisi factorial de rotació dels components principals a través del mètode Varimax que ens permet minimitzar el nombre de variables, tot creant noves variables (factors) que són combinació lineal de les variables originals i que estan correlacionades entre elles.

Seguidament, l'anàlisi clúster jeràrquica ens permet situar els individus del grup a diferents nivells d'agregació o agrupament. Un cop realitzat l'anàlisi de clúster jeràrquica, reduïm la solució a través del mètode de k-mitjanes o mètode basat en centroides, que agrupa els punts de tal manera que es minimitzi la distància de cada punt al centroide del grup de punts, definit per les mitjanes de les diverses variables o, en aquest cas, de les coordenades x i y . El resultat de qualsevol d'aquests mètodes són els grups de punts obtinguts segons la distància entre punts. Un cop obtinguts els grups, avaluem l'existència de diferències significatives entre segments mitjançant una anàlisi de la variància (ANOVA) ja que aquesta permet contrastar la hipòtesi nul·la que les mitjanes de K poblacions ($K > 2$) són iguals, davant de la hipòtesi alternativa que almenys una de les poblacions difereix de les altres en relació al seu valor esperat.

A partir d'aquest marc metodològic, en el següent capítol, situem i descrivim el nostre objecte d'estudi, centrat en les 57 cooperatives i grups de consum agroecològics actius identificats a la ciutat de Barcelona en el període 2014-2017.



llum

Tornem a l'essència, Far.

Carles Viarnès a Konvent (Colònia de Cal Rosal, Berguedà).

Capítol 9. OBJECTE D'ESTUDI

Per realitzar la identificació d'organitzacions que conformen la població d'estudi de la nostra investigació (Annex A.1) s'ha considerat que, més enllà del seu format legal (cooperativa, associació o entitat sense forma jurídica, Annex A.2.2), el col·lectiu s'ha de fonamentar en l'autogestió cooperativa, una certa activitat social (realitzant activitats de socialització internes i externes) i un model de presa de decisions assembleari.

La identificació de col·lectius que aconsegueixen aquests criteris es realitza a través d'un estudi previ: «Mapeig dels grups de consum a la ciutat de Barcelona» (Espelt et al., 2015). En la seva elaboració s'utilitza la base de dades de la Repera, col·lectiu que treballa per a la difusió de grups i cooperatives de consum agroalimentari a Catalunya, i l'estudi «Bancs de temps, xarxes d'intercanvi i cooperatives de consum agroecològic» (Ubasart et al., 2009) que inclou una llista dels grups i cooperatives de consum de Barcelona. A més, en la realització del mateix mapeig, s'incorporen noves organitzacions que no estaven registrades.

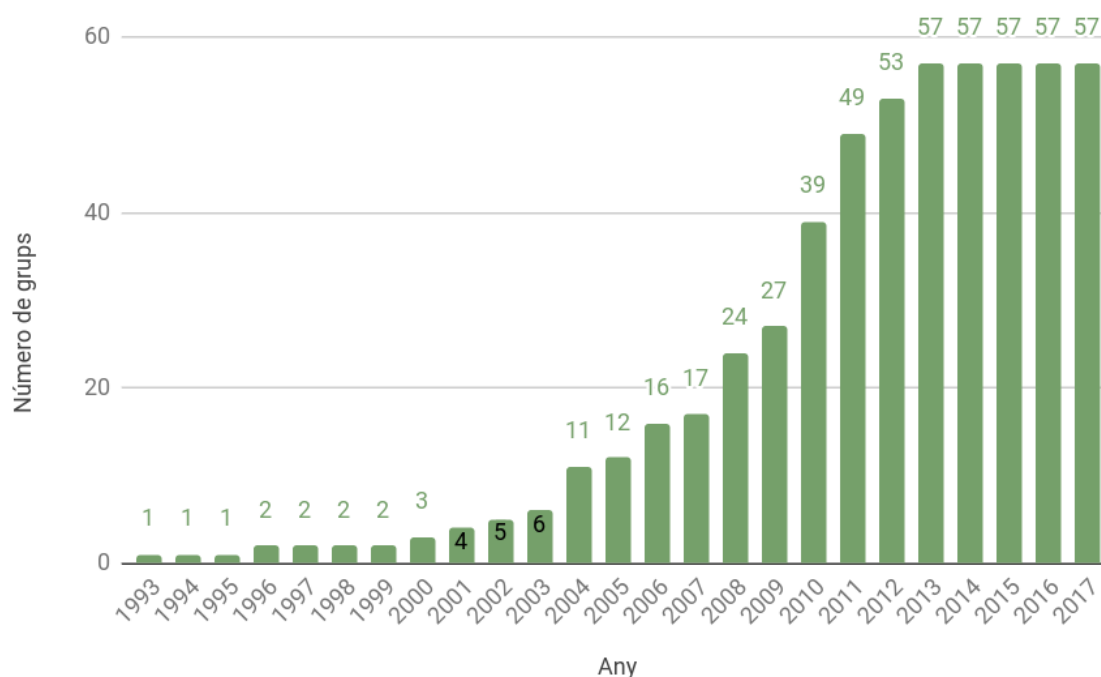


Figura 16. Evolució dels grups i cooperatives de consum agroecològic actives per any a la ciutat de Barcelona (veure annex A.1). Període 1993-2017. Font: autor.

Després d'aquest estudi previ, identifiquem que hi ha 57 cooperatives de consum agroecològic actives a la ciutat de Barcelona a l'any 2017 (Figura 16). Per a la nostra investigació, donada la limitació de la població d'estudi i amb la voluntat d'obtenir uns resultats d'anàlisi que ens permetin validar els resultats de la

recerca, seleccionem com a mostra d'estudi a totes les organitzacions identificades.



desconstrucció d'aliments vestits

Desvestim.

Acció artística realitzada el 6 de maig de 2017 al Centre d'Art Contemporani Konvent de Cal Rosal per Jordi Plana Pey i Ricard Espelt, amb música (Far) de Carles Viarnès.

Capítol 10. ANÀLISI DE LES DADES I RESULTATS DE LA RECERCA

Un cop dissenyada la metodologia i presentat el nostre objecte d'estudi, en aquest capítol en presentem els resultats. Primerament, en relació a la caracterització de l'objecte d'estudi i a la xarxa de productors i intermediaris i, posteriorment, seguint l'esquema del plantejament de la hipòtesi de treball (veure capítol 6). És a dir, situant primer l'atenció en l'impacte que produeixen les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) en la intercooperació agroecològica de plataforma i, posteriorment, analitzant el perquè d'aquest impacte en els Circuits Curts de Comercialització (CCC), l'Economia Social i Solidària (ESS) i els Moviments Socials (MMSS).

10.1 Caracterització de les cooperatives i grups de consum de la ciutat de Barcelona

A continuació, detallem com s'articulen aquestes organitzacions, aspectes compartits i distintius entre elles, així com el paper d'altres actors que intervenen en la xarxa d'intercooperació agroecològica i el seu marc d'acció a la ciutat de Barcelona.

Com hem avançat, totes les organitzacions que formen part de la població d'aquesta investigació dediquen la seva activitat principal al cooperativisme de consum agroecològic, tenen un caràcter autogestionat, una certa activitat social (organització d'activitats que serveixin de punt d'encontre de les persones associades, participació en activitats del barri...) i un model de presa de decisions assembleari. Així mateix, tenen alguns trets distintius. Les diferències més notables radiquen en:

- El tipus de cistella, oberta (la persona que consumeix escull els productes que compra) o tancada (a partir de l'oferta que el productor o productora pot oferir segons la collita del moment).
- El tipus de gestió, amb persones alliberades —retribuint-les econòmicament— o amb divisió de tasques entre les persones que formen part de l'organització, sense retribució econòmica.

10.1.1 Una cooperativa de consum agroecològic tipus

A partir de les 57 entrevistes semiestructurades realitzades, a continuació, descrivim què és i com s'organitza una cooperativa tipus a la ciutat de Barcelona.

Una cooperativa de consum agroecològic acostuma a estar formada per unes 25 famílies que s'associen per realitzar la compra conjunta de productes agroecològics basant-se en els principis cooperatius (veure apartat 3.1 Definició

d'Economia Social i Solidària i Mercat Social). A partir d'aquesta aproximació genèrica, cal considerar dos aspectes previs:

- Malgrat que sovint s'anomenen cooperatives, en l'àmbit jurídic la forma més estesa és la d'associació. El fet que la constitució d'una cooperativa requereix un procés més llarg i complex i una inversió de capital mínim de 3.000 € fa que la majoria d'organitzacions, malgrat anomenar-se «cooperatives», siguin en realitat associacions (aquest seria el cas, per exemple, de la Cooperativa el Pinyol Vermell o de Can Baró, entre moltes d'altres). En alguns casos, el col·lectiu no té cap entitat jurídica perquè té i vol explicitar un cert caràcter anàrquic (aquest seria el cas, per exemple, de la Cooperativa Valldures a l'Ateneu popular de Vallcarca). Així mateix, en altres ocasions, les organitzacions que formen part del nostre estudi volen fer notar que no estan constituïdes com a cooperativa i s'anomenen «grups de consum» (aquest és el cas del Grup de consum de Biologia)³¹.
- La consideració del terme «família» té un sentit ampli i inclusiu; per aquest motiu, cada unitat de consum és anomenada «Unitat Familiar». Unitat Familiar considera a estructures familiars de mare i pare, mare i pare i fills, parelles del mateix sexe amb o sense fills, persones individuals amb o sense fills i, fins i tot, agrupacions de dues o més persones que, sense viure en el mateix habitatge, es constitueixen com a Unitat Familiar de la cooperativa.

De la mateixa manera que en les cooperatives identifiquem estructures familiars diverses, també és destacable que, tot i que la franja d'edat predominant sigui dels 30 als 45 anys, en moltes organitzacions és notable el seu caràcter intergeneracional i, a vegades, intercultural.

A partir de les entrevistes realitzades observem que les cooperatives estan formades per dues anelles de membres: el cor de la cooperativa, habitualment membres fundadors, i Unitats Familiars temporals que, per motius de canvi de residència o per qüestions econòmiques, deixen l'entitat després d'un període de pertinença. En alguns casos, el grup motor ha variat relativament poc i el flux de nous associats és baix (aquest seria el cas de EcoRocaguinarda) i, en altres, la rotació és molt elevada (aquest seria el cas de Tota Cuca Viu). Així mateix, hi ha dos grups que per la seva pròpia naturalesa tenen un caràcter de permanent rotació: el Grup de Consum de Biologia (conegut també com Skamot verd) i Acció Hortera. El fet que aquests dos grups estiguin formats bàsicament per estudiants de la Facultat de Biologia i de l'Escola Tècnica Superior d'Arquitectura

³¹ En l'annex A.2.2 s'indica el format jurídic de cada una de les entitats estudiades.

de Barcelona provoca que, de forma natural, el flux de membres sigui molt elevat.

Les cooperatives de consum estan situades en locals propis, habitualment de lloguer o de propietat d'alguna de les persones associades; en ateneus, compartint espais amb altres entitats; en edificis públics, com centres cívics, escoles o universitats i, a vegades, en espais ocupats.

A l'hora de comprendre els motius que han animat a configurar una cooperativa de consum agroecològic, trobem dues grans raons que, a voltes, s'entrellacen. Una part dels col·lectius assenyalen que la preocupació per «allò que mengem» va ser la raó principal per configurar el grup (aquest és el cas, per exemple, de cooperatives situades en escoles: Can Baró, Pirineu, l'Estel, entre altres). Mentre que per a altres, el motiu de constitució principal és polític. És a dir, amb la voluntat de generar un espai de consum que, a través de l'acció, generi una alternativa de consum polititzada (aquest és el cas de Valldures, Tota Cuca Viu, Can Pujades, etc.). De totes maneres, aquestes dues grans raons —l'ecològica i la política— són presents en totes les organitzacions, ja sigui des de la mateixa constitució del col·lectiu o per fer-se seva la raó que inicialment no estava prioritzada. En aquest mateix sentit, observem que hi ha cooperatives amb un fort compromís polític i amb molts vincles amb els Moviments Socials (Valldures, Cooxino, Tota Cuca Viu, Pinyol Vermell...) i altres que, malgrat tenir també aquest compromís polític i de vincle amb els Moviments Socials, focalitzen més l'atenció en el funcionament de l'organització (aquest és el cas de les cooperatives vinculades a les escoles, com Pirineu o l'Estel, per exemple).

Les cooperatives de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona funcionen majoritàriament a través de la tasca voluntària de les persones associades. Seguint els principis del cooperativisme, s'autogestionen les tasques que permeten el funcionament del grup. L'organització en comissions permet que no sigui una sola Unitat Familiar la responsable d'una determinada tasca, sinó que és un grup d'Unitats Familiars el que fa possible una determinada part de la gestió de l'entitat. Cada cooperativa té la seva estructura de comissions però les més freqüents són: la de proveïdors (encarregada de cercar nous productors i/o intermediaris), la de comandes (que gestiona l'operativa amb els productors i/o intermediaris), l'econòmica (responsable de la gestió de l'economia de l'organització), la de comunicació (responsable d'explicar l'activitat de la cooperativa a l'exterior), la d'acollida (encarregada de rebre els nous membres) i la tecnològica (responsable de la gestió o manteniment de l'eina informàtica). En el cas de les cooperatives on hi ha persones alliberades (l'Economat Social o el Llevat, per exemple), aquestes acostumen a responsabilitzar-se de les tasques que comporten més dedicació, com la gestió amb els proveïdors o la gestió

econòmica, i les altres persones de la cooperativa se'n cuiden d'aquells aspectes, com la comunicació o l'organització d'activitats extres (tallers, festes obertes al barri, etc.).

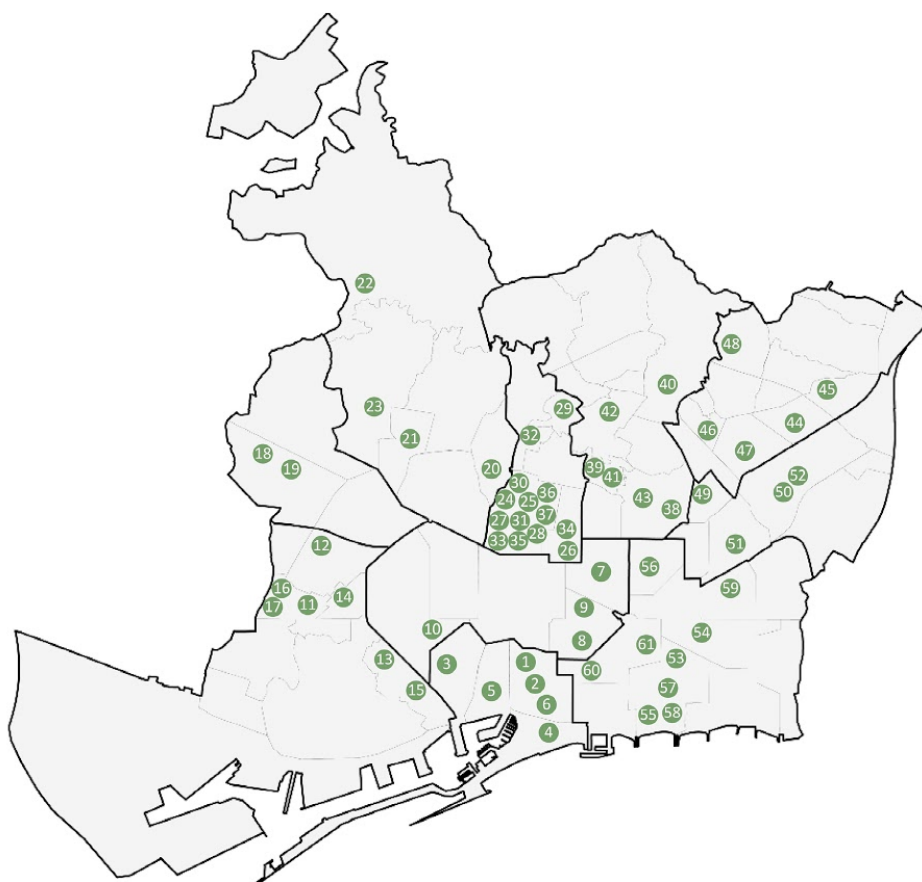
A l'hora de fer la comanda, com hem avançat, hi ha dues possibilitats: la cistella oberta, quan la Unitat Familiar pot escollir entre una llista diversa de productes i la cistella tancada, quan no s'escullen els productes i es proveeix dels productes que el productor pot oferir. En aquest darrer cas, les cooperatives acostumen només a proveir de productes frescos (verdures i fruita).

Habitualment, les persones que formen part de la cooperativa formalitzen la seva comanda a través d'una eina digital. Per fer-ho disposen de temps fins diumenge o dilluns al migdia. Depenent de la metodologia de cada organització, la comanda conjunta es processa de forma automàtica o hi ha una persona o comissió responsable de fer-la arribar als productors o intermediaris. Alguns grups també fan la comanda directament a través de la pàgina web del productor (La Sardineta, per exemple) i en altres la comanda es produeix per defecte i si alguna Unitat Familiar associada no la vol ha d'avisar (aquest és el cas de la Cooperativa de l'Ateneu Layret, per exemple). La recollida de la comanda es produeix generalment en dimecres o divendres i s'organitzen torns perquè totes les Unitats Familiars es responsabilitzin d'aquesta tasca.

Com avançàvem a l'inici de l'apartat, en aquest hem recollit la descripció del funcionament d'una cooperativa de consum agroecològic tipus a la ciutat de Barcelona. En els següents apartats, en donem detalls estadístics.

10.1.2 Localització i densitat

A escala geogràfica, a Barcelona, s'observa una presència de grups en tots els districtes de la ciutat (Figura 17), on Gràcia i Sant Martí en són els més destacats pel que fa a densitat, amb 12 i 9 cooperatives respectivament (Figura 18). Una aproximació més detallada (Figura 19) ens corrobora que els barris de la Vila de Gràcia i el Poblenou són els que acullen més organitzacions, amb 9 i 4 respectivament, que formen part del nostre àmbit d'estudi. Cal fer notar que el 44% de barris de la ciutat (32 de 73) tenen un grup o cooperativa de consum agroecològic i que el districte de Ciutat Vella és l'únic que té presència de cooperatives en tots els barris.



coop Grups i cooperatives de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona (1993-2017)

Ciutat Vella

- 1. Tota Cuca Viu (2001)
- 2. Xarxa de Consum Solidari (2004)
- 3. Cooxino (2008)
- 4. La Sardineta (2009)
- 5. El Bròquil del Gòtic (2010)
- 6. Les Horteres de la Ribera (2012)

Eixample

- 7. El Guaret (2008)
- 8. Pixapins (2009)
- 9. Arrels (2011)
- 10. Verduretes Ateneu Layret (2013)

Sants-Montjuïc

- 11. Germinal Sants (1993-2015)
- 12. Panxacontenta (2006)
- 13. El Carretó (2007-2017)
- 14. Favas Comptades (2010)
- 15. La Seca (2012)
- 16. L'Economat Social (2012)
- 17. La Garrofera de Sants (2015)

Les Corts

- 18. Acció Hortera - ETSAB (2008)
- 19. Grup de Consum de Biologia (2010)

Sarrià-Sant Gervasi

- 20. Germinal Farró (2005)
- 21. Germinal Sarrià (2009-2014)
- 22. Can Pujades (2010)
- 23. La Col i la Nata (2014)

Gràcia

- 24. La Tòfona (2002)
- 25. L'Aixada (2004)
- 26. I un rave! (2004-2014)
- 27. Verduretes (2006)
- 28. Pinyol Vermell (2008)
- 29. Les Trementinaires (2008)
- 30. La Senalla (2009)
- 31. El Rusc (2009)
- 32. Cooperativa agroecològica Valldures (2010)
- 33. Verdures Roges (2010)
- 34. La Garangola (2011)
- 35. Les Verdures de Roxanne (2011)
- 36. La Fresca (2011)
- 37. Nà fent (2011)

Horta-Guinardó

- 38. EcoRocaguinarda (2008)
- 39. Pirineu (2008)
- 40. Ridorta (2010)

- 41. Cooperativa Can Baró (2011)
- 42. Carmela Verdulera (2013)
- 43. EcoEstel (2013)

Nou Barris

- 44. Userda 9 (2000)
- 45. Vinyes de Can Roquetes (2010)
- 46. La Cebolla Roja (2011)
- 47. ASIA (2012)
- 48. El Llevat (2012)

Sant Andreu

- 49. El Rec (2004)
- 50. El Borró (2004)
- 51. 30 Panxes (2011)
- 52. El Borronet (2015)

Sant Martí

- 53. Cydonia (1996)
- 54. Verdnou (2003)
- 55. La Unió del Poblenou (2006)
- 56. La Cooperativa del Clot (2006)
- 57. Mespilus (2008)
- 58. Estèvia (2010)
- 59. Girasol de Sant Martí (2011)
- 60. Coop PamaPam (2011)
- 61. Ecoaranyó (2013)

Figura 17. Mapa de grups i cooperatives de consum de la ciutat de Barcelona (1993-2017) (per a més informació veure Annex A.1). Font: autor.

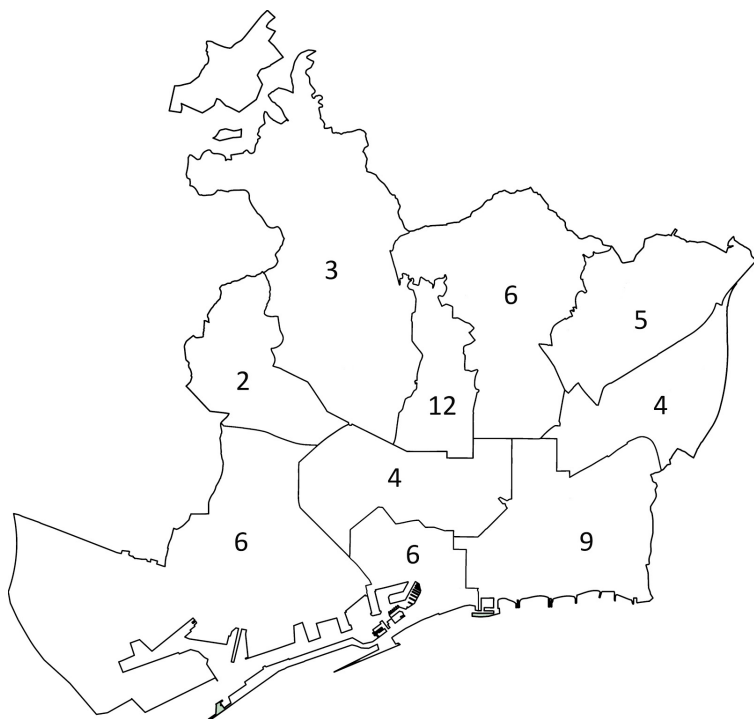


Figura 18. Densitat de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per districtes (n=57). Font: autor.

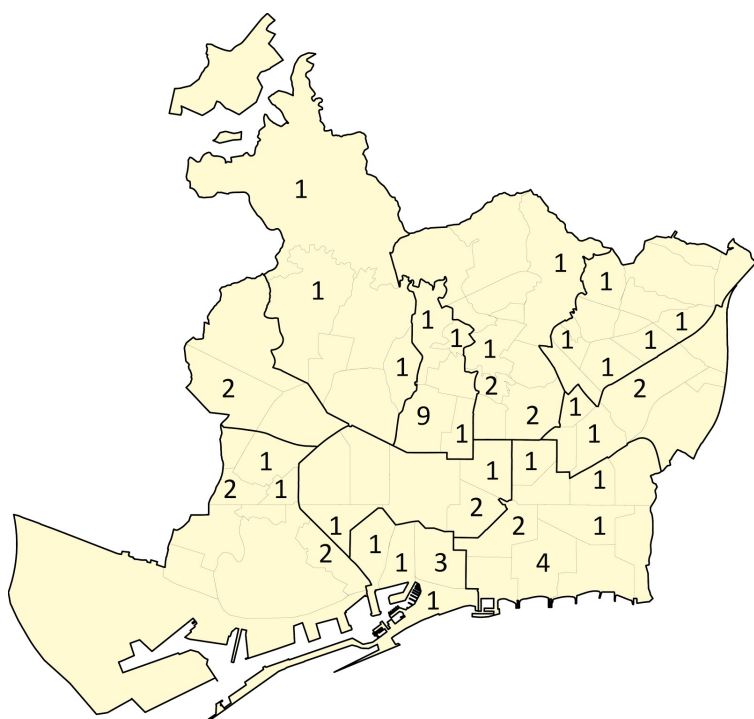


Figura 19. Densitat de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per barris (n=57). Font: autor.

Segons les dades recollides, a la ciutat de Barcelona, 1.420 Unitats Familiar (UF)³² consumeixen productes agroecològics com a membres d'una cooperativa o grup de consum. En estudis semblants, es comptabilitza una mitjana de tres persones per UF. És a dir, unes 4.500 persones formen part de la nostra població d'estudi. Si fem una relació de les Unitats Familiars per barri, sumant tots els grups que hi tenen presència, a més de reafirmar la rellevància dels barris de la Vila de Gràcia i el Poblenou, identifiquem nous espais urbans interessants per al nostre objecte d'estudi (Figura 20). Aquest és el cas del barri de la Bordeta a Sants i el barri de Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera al districte de Ciutat Vella, principalment.

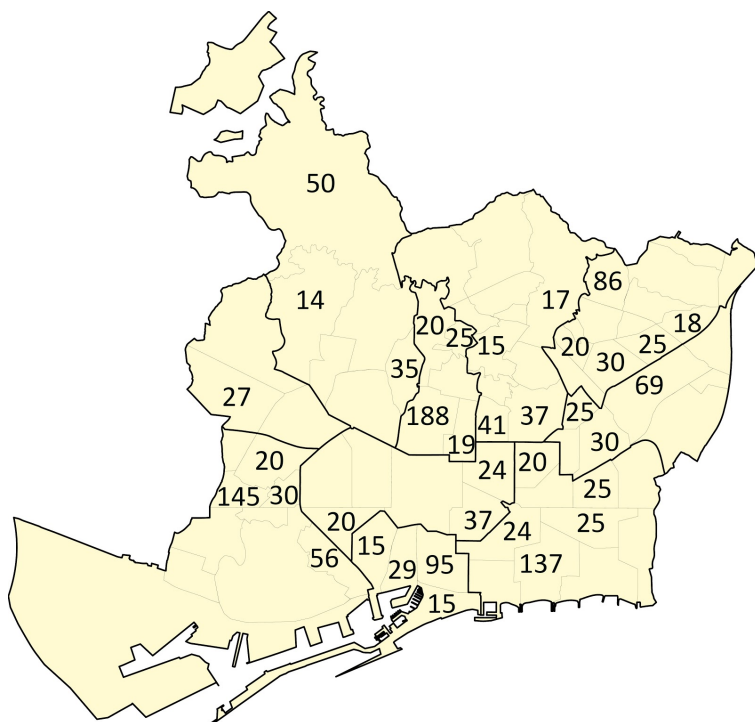


Figura 20. Densitat d'Unitats Familiars de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per barris (n=57). Font: autor.

10.1.3 Nombre d'Unitats Familiars

Podem observar, doncs, que, malgrat la dimensió mitjana d'un grup o cooperativa de consum és de 25 UF, hi ha diferents caracteritzacions de les organitzacions que estudiem. Bàsicament, en relació al nombre de persones que la constitueixen (Figura 21), les podem agrupar en:

- Cooperatives petites (>25 UF): 58% (33 col·lectius)
- Cooperatives mitjanes (25-50 UF): 35% (20 col·lectius)
- Cooperatives grans (<50 UF): 7% (4 col·lectius)

³² Mode més o menys estandaritzat amb el qual es refereix a cada associada. En tot cas, la denominació «familiar» en el sí dels grups s'entén més enllà de qualsevol estereotip arcaic.

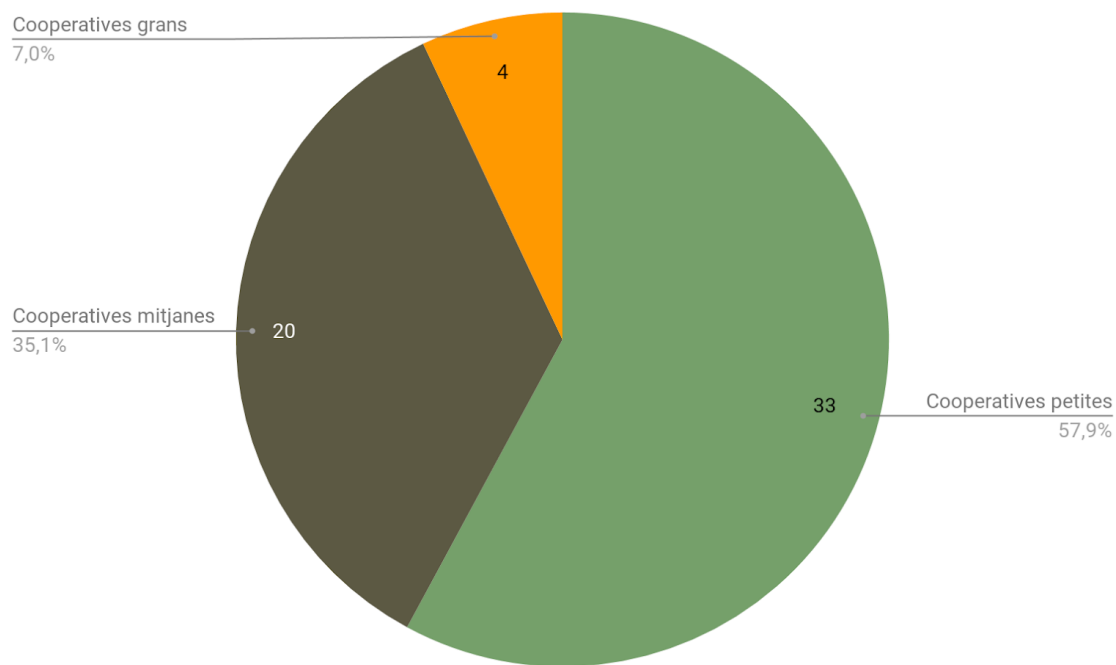


Figura 21. Proporció de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per nombre de persones que la constitueixen. Cooperatives petites (>25 UF), cooperatives mitjanes (25-50 UF), cooperatives grans (<50 UF), (n=57). Font: autor.

10.1.4 Forma jurídica

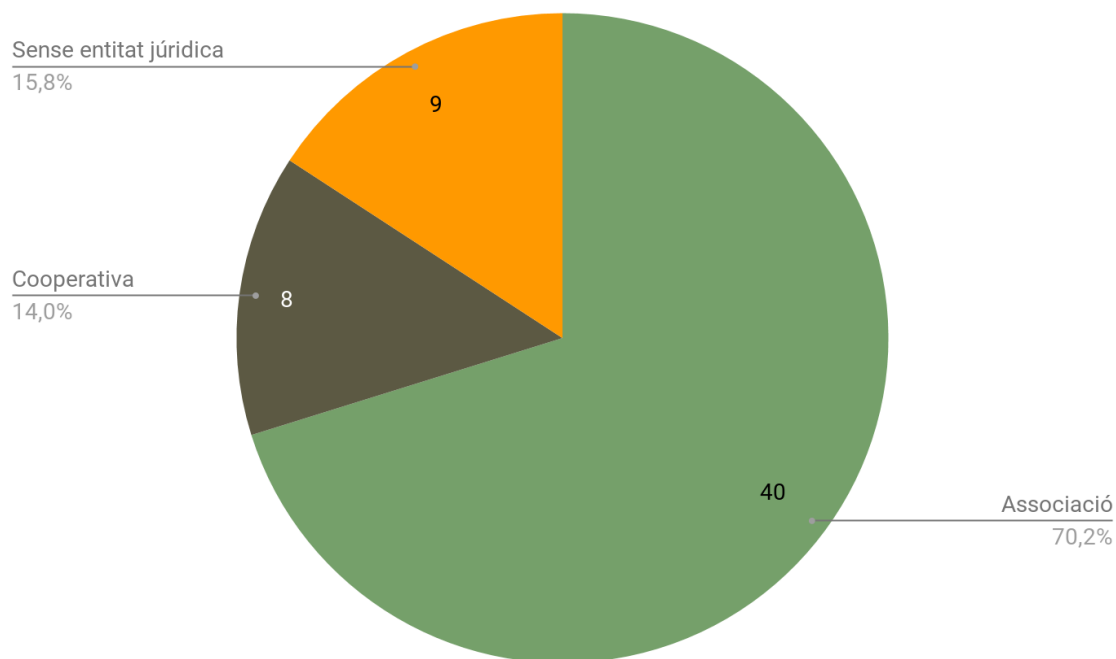


Figura 22. Proporció de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona segons el format jurídic de l'entitat (n=57). Font: autor.

A nivell jurídic, distingim diferents tipologies d'organitzacions (Figura 22):

- Cooperativa o secció d'una cooperativa: 14% (8 col·lectius)
- Associacions sense ànim de lucre, una secció de la mateixa: 70% (40 col·lectius)
- Sense entitat jurídica: 16% (9 col·lectius)

10.1.5 Tipus de gestió

La gran majoria de grups funcionen a partir de la dedicació voluntària de les persones que en formen part³³ (91,2%). Els grups que tenen assignades persones alliberades concentren la dedicació voluntària de la resta de membres en l'activitat social (a voltes també com a suport en la gestió de les comandes); mentre que la persona/persones alliberades tenen assignades activitats concretes: gestió econòmica i/o de la comanda, logística, etc. (Figura 23).

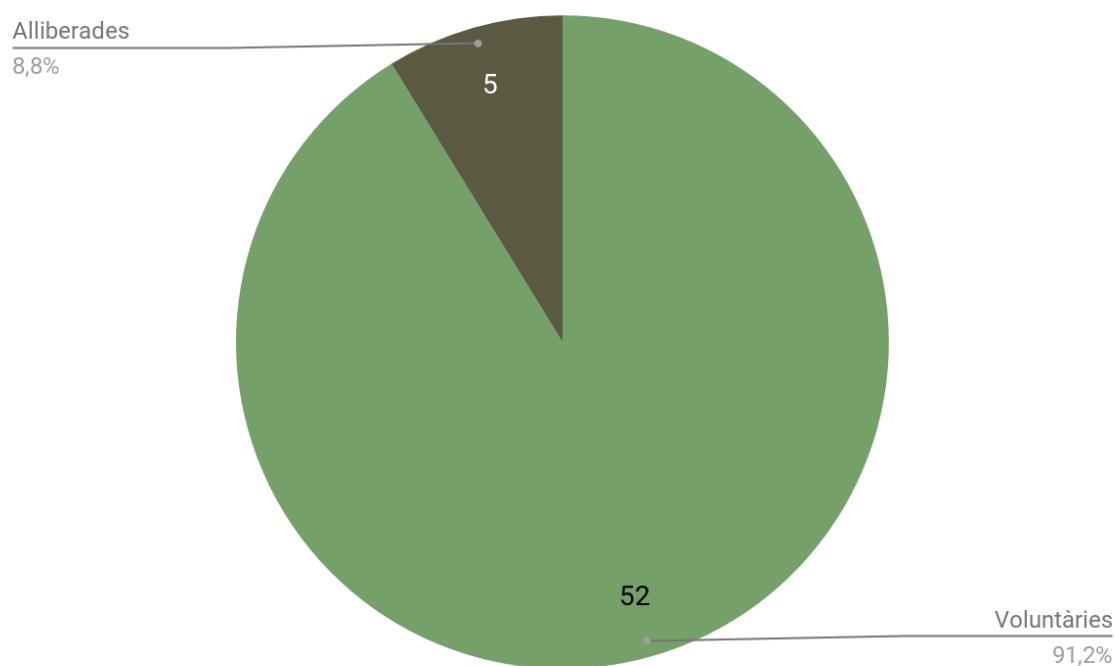


Figura 23. Cooperatives i grups de consum amb i sense persones alliberades (n=57). Font: autor.

S'observa com els grups amb persones alliberades acostumen a tenir una mitjana d'Unitats Familiars superior (71,5) als que no tenen persones alliberades (28,75).

³³ Ens referim a «persones alliberades» quan algun membre de la cooperativa té retribució econòmica per desenvolupar algunes tasques i, per tant, deixa de tenir una dedicació voluntària. Les organitzacions que no tenen persones alliberades funcionen exclusivament amb la dedicació voluntària dels seus membres.

D'altra banda, els grups amb alliberades no tenen un topall de creixement definit, mentre que els grups que són gestionats per persones voluntàries —sense retribució econòmica— tenen un límit de creixement i quan hi arriben nous membres generen llistes d'espera (que, a vegades, acaben constituint-se com a nous grups).

10.2 Xarxa de productors i intermediaris

Les cooperatives i grups de consum de Barcelona tenen 157 proveïdors directes i 13 intermediaris (Figura 24). Del total de registres d'aprovisionament, un 91,7% és subministrat per un productor directe i un 8,3% per un intermediari (veure annex A.5).

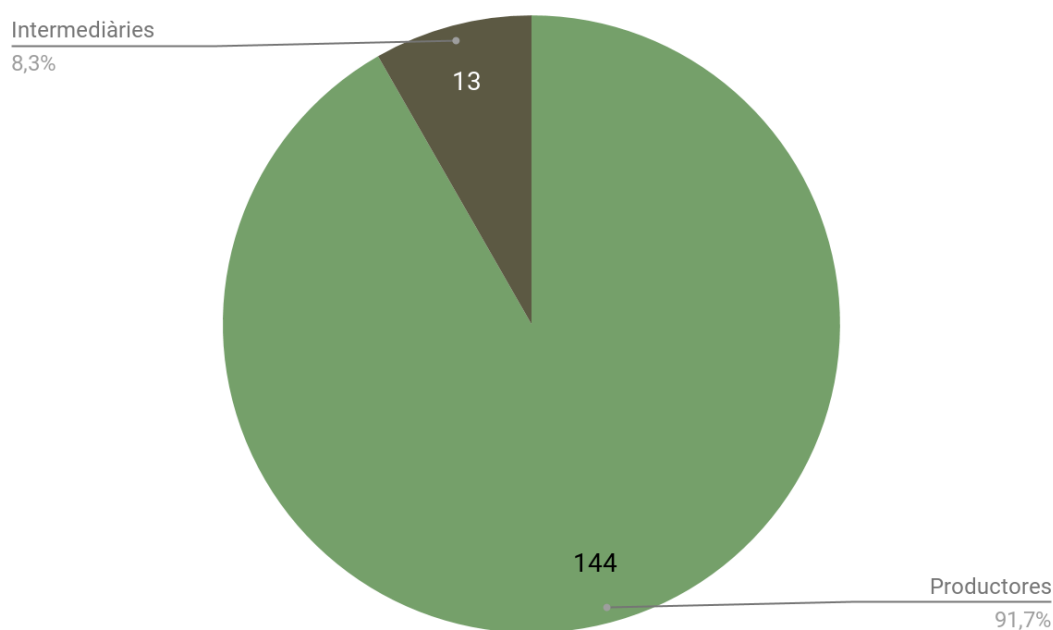


Figura 24. Relació percentual de productors directes versus intermediaris (n=157). Font: autor.

En aquest sentit, s'apunta una lleugera predisposició de les estructures sense persones alliberades a no utilitzar intermediaris (91,2%) respecte a les estructures amb persones alliberades (87%).

En definitiva, tot i que hem vist diferents caracteritzacions de cooperatives, el grup tipus predominant és el d'un grup petit —amb menys de 25 Unitats Familiars—, constituït jurídicament com una associació i que funciona a través de la dedicació voluntària de les persones que en formen part.

De totes maneres, la complexitat de la població d'estudi, ja ens suggereix que

alguns elements que diferencien les cooperatives i grups de consum agroecològic poden ser rellevants a l'hora de respondre la nostra hipòtesi.

10.3 Impacte de les TIC en la caracterització de la digitalització de les cooperatives

Com hem indicat en la metodologia, en aquest apartat ens centrem en l'anàlisi de resultats respecte a l'impacte de les TIC en la gestió de la comanda i en la comunicació de l'organització.

10.3.1 Impacte de les TIC en la gestió de la comanda

Només el 17,5% de les cooperatives o grups de consum no utilitza les TIC per a la gestió de la comanda (Figura 25).

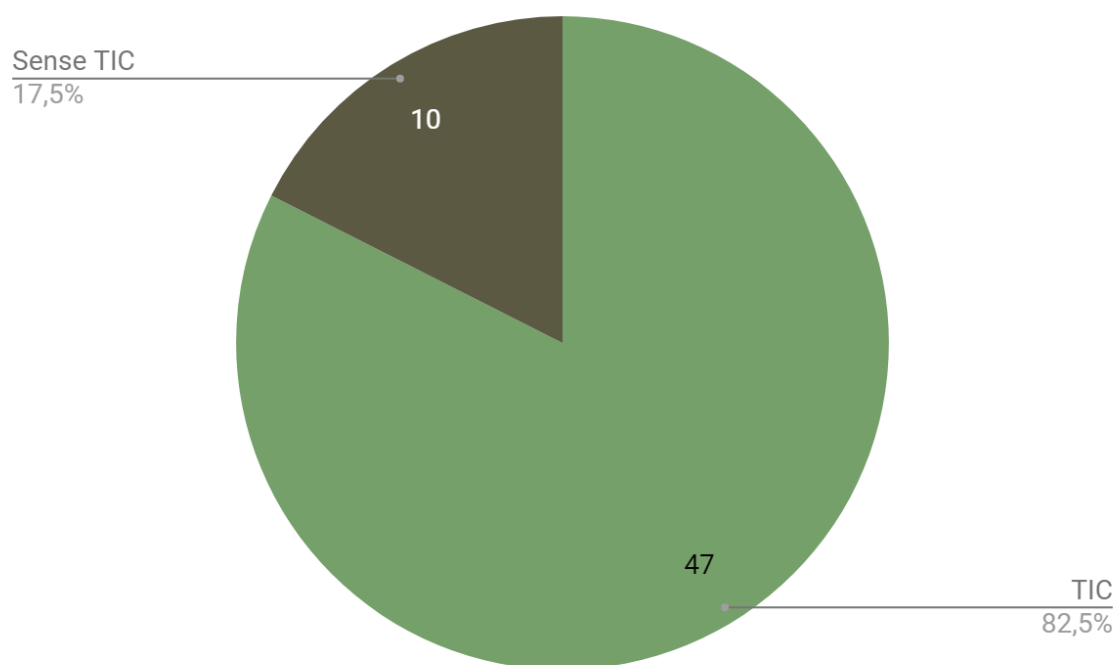


Figura 25. Grups i cooperatives de consum agroecològic que fan servir les TIC per a la comanda versus les que no les utilitzen (n=57).

A partir de les respostes de l'entrevista semiestructurada, podem determinar que el motiu de la no utilització de les TIC es deu al fet que la comanda es produeix de forma automàtica en aquelles cooperatives i grups que tenen cistella tancada. És a dir, si la persona o la Unitat Familiar no indica el contrari s'entén que aquella setmana vol tenir cistella.

Respecte a la tipologia d'eina tecnològica utilitzada per a la gestió de la

comanda, hi ha una diferència important entre els recursos de Google (formularis, fulls de càlcul, grups, etc.), que utilitzen el 60,4% de les organitzacions, i la resta: 16,7% L'Aixada, 4,2% Excel, Drupal o Aplicoop i el 2,1% que fan servir El Bròquil del Gòtic, Magento, Katuma, iWith o L'Hort de la Carmeta (Figura 26).

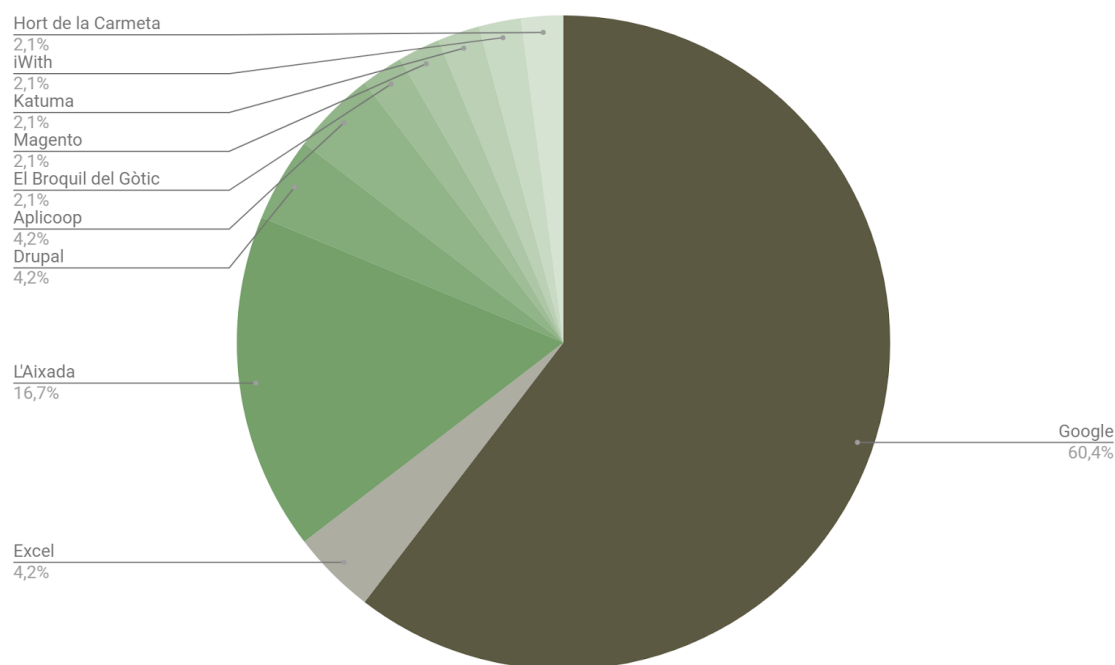


Figura 26. Eines tecnològiques utilitzades per a la realització de la comanda (n=47). Font: autor.

D'aquest conjunt d'eines, el 64,6% són de codi propietari (Google, Excel), el 33,3% de codi lliure (Drupal³⁴, Aplicoop³⁵, iWith, L'Aixada³⁶, El Bròquil del Gòtic³⁷, Magento³⁸, Katuma) i el 2,1% no es defineix (L'Hort de la Carmeta) (Figura 27).

³⁴ Drupal, codi font <http://cgit.drupalcode.org/drupal>.

³⁵ Aplicoop, espai de descàrrega <http://aplicoop.sourceforge.net/baixades.html>.

³⁶ L'Aixada, espai de descàrrega a la P2PFoundation Wiki http://wiki.p2pfoundation.net/Aixada_Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_cooperativas_de_consumo/es.

³⁷ El Bròquil del Gòtic, espai de descàrrega a GitHub <https://github.com/tiendan/broquil>.

³⁸ Magento, codi font <https://magento.com/tech-resources/download>.

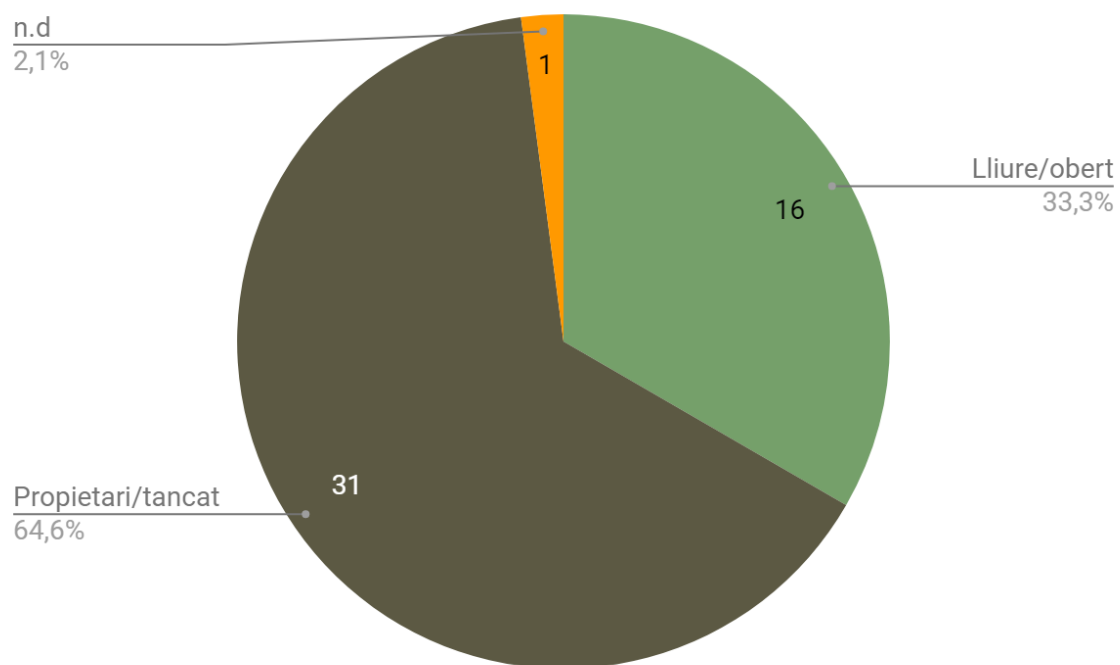


Figura 27. Percentatge de grups i cooperatives de consum agroecològic que utilitzen codi lliure/obert versus els que utilitzen codi propietari/tancat. Font: autor.

En tot cas, si tenim en compte les llicències utilitzades pels programaris que se signifiquen com de codi lliure, observem que, en el cas d'iWith, L'Aixada i El Bròquil del Gòtic, no se'n determina la llicència (Taula 8).

Programari	Tipus de llicència
El Bròquil del Gòtic	n.d
L'Aixada	n.d
Aplicoop	Llicència Pública General (GPL)
Katuma	Llicència Pública General (GPL)
Drupal	Llicència Pública General (GPL)
Magento	Llicència Oberta de Software (OSL)
iWith	n.d

Taula 8. Programari significat com a FLOSS i tipus de llicència aplicada.

Si fem una anàlisi dels quatre programaris desenvolupats pròpiament per al consum cooperatiu agroecològic (El Bròquil del Gòtic, L'Aixada, Aplicoop, i Katuma), observem diferències de conceptualització evolutives:

- 1) El Bròquil del Gòtic és un programari desenvolupat sense una llicència d'ús determinada i utilitzat per un grup de consum (El Bròquil del Gòtic).
- 2) L'Aixada és un programari desenvolupat en el marc d'un grup de consum (L'Aixada) i adoptat per altres grups de consum, que l'instal·len en els seus servidors (previ acord amb els impulsors del programari, ja que aquest no té una llicència d'ús determinada).
- 3) Aplicoop és un programari de llicència lliure (GPL) que qualsevol grup que ho desitgi pot instal·lar en el seu servidor.
- 4) Katuma és conceptualitzat com una plataforma cooperativa, on intervé una comunitat oberta i interdisciplinària (productors, consumidors, desenvolupadors tecnològics, investigadors, activistes, etc.) d'agents que desenvolupen un programari de llicència lliure (GPL).

Katuma, a diferència de les tres primeres solucions, té la voluntat explícita de promoure el consum agroecològic cooperatiu, es conceptualitza com un instrument d'intercooperació del sector agroecològic i, més enllà d'una eina tecnològica, té un caràcter de plataforma digital. A més, les persones que l'impulsen, més enllà de reafirmar les possibilitats d'autogestionar-se tecnològicament —a partir de tecnologia no propietària de grans corporacions, com Google—, cerquen trobar un model de sostenibilitat en el marc de l'ESS.

10.3.2 Impacte de les TIC en la comunicació de l'organització

Com hem indicat en l'anàlisi de la metodologia, a part de valorar les TIC, des de la perspectiva d'eina facilitadora de la gestió de la comanda conjunta, volem avaluar l'impacte de l'ús de les TIC com a instrument de comunicació. Per aquest motiu, hem estudiat les pàgines web on els grups i cooperatives publiquen novetats respecte a la seva activitat o notícies de l'àmbit del cooperativisme agroecològic.

L'observació ens mostra com el 91,2% d'organitzacions disposa d'un portal web. D'aquestes, el 59,6% opta per Wordpress³⁹, mentre que un 22,8% ho fa per Google⁴⁰ (Figura 28). És a dir, un 69,2% utilitza un programari amb llicència de codi lliure GNU i un 25% se serveix d'un programa propietari freeware⁴¹ (Figura 29).

³⁹ En aquest cas sumem totes les cooperatives que utilitzen Wordpress, ja sigui a partir de la instal·lació del programari descarregat de wordpress.org o generant un espai web a través de wordpress.com.

⁴⁰ Blogger i Google Sites.

⁴¹ Programari gratuït però que manté la llicència de propietari (Copyright).

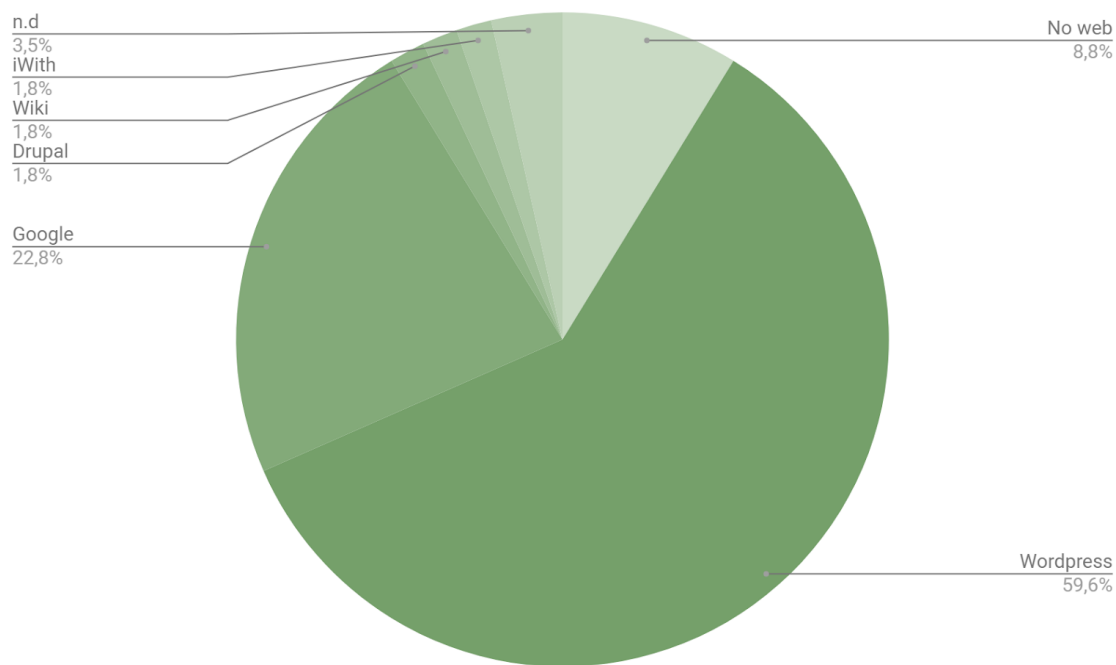


Figura 28. Tipologia de web de continguts utilitzada pels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=57). Font: autor.

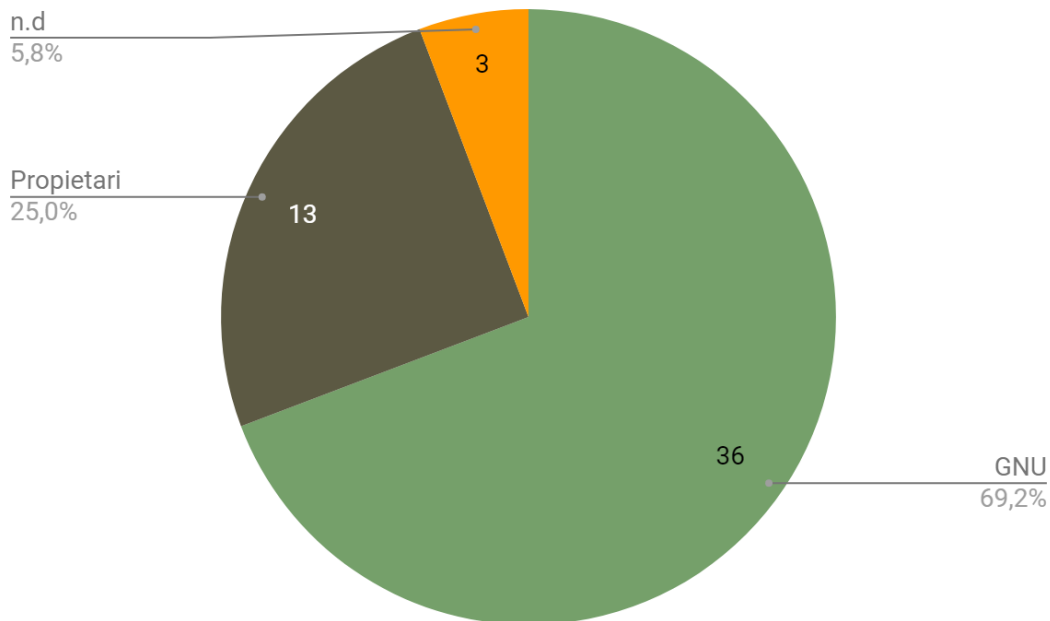


Figura 29. Tipologia de llicència del programari web utilitzada pels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=52). Font: autor.

En relació als continguts, en el 94,2% de webs de continguts (Figura 30) no es determina la llicència utilitzada, mentre que l'1,9% publiquen sota llicència GNU,

Creative Commons (BY-NC-SA) o propietària (Copyright). Les llicències Creative Commons parteixen de l'objectiu de reduir les barreres legals per compartir els continguts i tenen un ampli ventall de possibilitats de «tots els drets reservats» a «alguns drets reservats», fins a assegurar els drets de la reproducció de l'obra (compartir igual o copyleft). Els formats més permissius són el de reconeixement d'autor (BY) i el reconeixement d'autoria i compartir igual (BY SA). Seguidament, se situen les llicències que restringeixen la possibilitat de fer obres derivades (ND) o comercials (NS). Finalment, les llicències Creative Commons més restrictives són aquelles que sumen totes les restriccions (BY ND NC). Per la seva banda, les llicències GNU es consideren llicències robustes (copyleft), ja que permeten mantenir la llibertat d'accés als continguts en tota la cadena d'usuaris, des del seu autor fins a l'usuari final. Així mateix, forcen que les obres derivades mantinguin el mateix règim de drets d'autor que l'original.

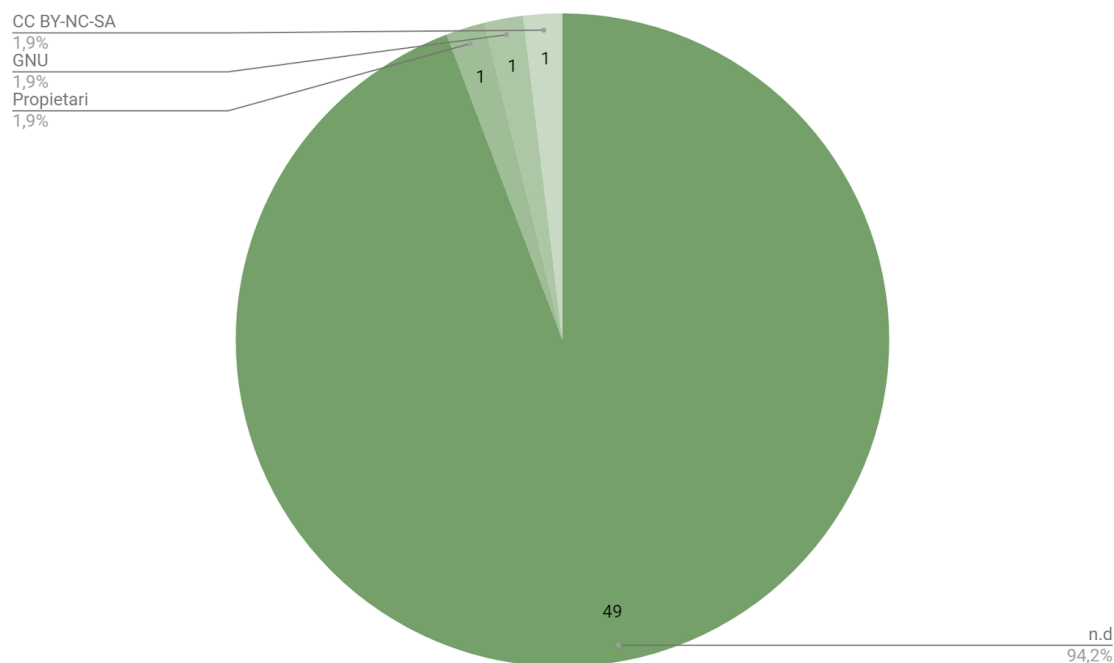


Figura 30. Tipologia de llicència dels continguts web utilitzada pels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=52). Font autor.

Pel que fa a la freqüència en l'actualització que tenen els webs de continguts, el 48% no els actualitza, un 21,2% ho fa trimestralment, un 17,3% mensualment, un 9,6% anualment i un 3,8% setmanalment (Figura 31).

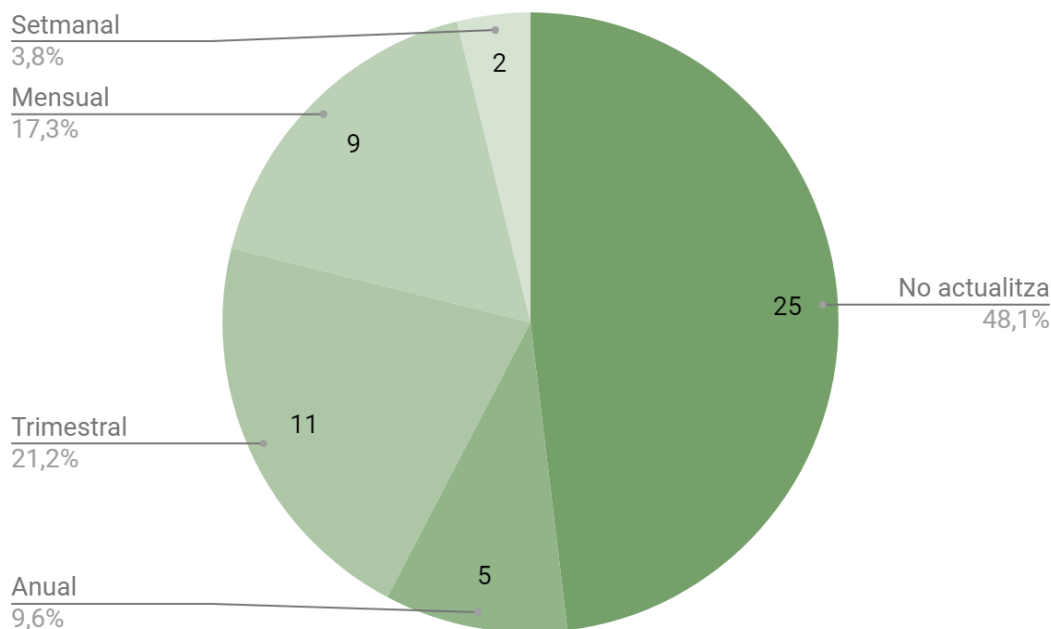


Figura 31. Freqüència de l'actualització dels continguts web dels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=52). Font: autor.

10.4 Impacte de les TIC en la intercooperació agroecològica

Com hem indicat en el disseny de la metodologia, per mesurar l'impacte de les TIC en la intercooperació agroecològica, considerem clau l'anàlisi de vuit variables per valorar la relació entre: A) el nombre d'Unitats Familiars (veure apartat 9.1.2), B) els circuits de proximitat, C) el comerç just, D) la intercooperació, E) la valoració global de les TIC, F) la presència de persones alliberades (veure apartat 9.1.4), G) la participació d'intermediaris (veure apartat 9.2) i H) la presència a les xarxes socials.

B) Circuits de proximitat: L'indicador de circuits de proximitat s'acompleix amb un nivell elevat de mitjana, sense diferència significativa entre els grups sense persones alliberades (81%) i els grups que sí en disposen (80%). Aquest nivell de compliment, segons els criteris de l'ESS, indica que les iniciatives analitzades (grups i cooperatives de consum) prioritzen la compra de productes locals. Aquest aspecte es corrobora en les entrevistes de camp semiestructurades on s'indica que ho fan perquè han realitzat una reflexió interna i existeix una política que limita la procedència dels productes que es compren, tot oferint, al mateix temps, materials de sensibilització per promoure l'economia de proximitat i l'existència d'un compromís de corresponsabilitat amb la producció local. En la gradació qualitativa del qüestionari, només queda per complir el nivell d'excel·lència: la capacitat d'influència política en òrgans de decisió per modificar estructures o legislació que enforteixi les economies locals. Tot i així, hi ha alguns

grups que sí exerceixen influència política i, per tant, assoleixen nivells d'excel·lència, quelcom destacat perquè aquesta implica una acció molt més enllà de la funció pragmàtica d'un grup / cooperativa.

C) Comerç just: L'indicador de justícia social també té un grau de compliment destacat de mitjana i amb variació mínima entre grups sense (73%) i amb persones alliberades (72%). Aquest nivell de compliment, segons els criteris de l'ESS, representa que les iniciatives analitzades (grups i cooperatives de consum) intenten consumir productes de comerç Just o que garanteixen salaris dignes i la minimització d'intermediaris. Les respostes a les entrevistes semiestructurades ens indiquen que ho fan perquè s'ha realitzat un procés de reflexió interna i es considera política de l'entitat la prioritització de comprar productes de comerç just o que garanteixen salaris dignes i la minimització d'intermediaris. D'altra banda, s'ofereixen materials de sensibilització per promoure la comercialització justa i es promouen canals de diàleg a l'hora d'establir els preus. De fet, molts grups de consum visiten el seu productor principal periòdicament, s'interessen pel seu projecte i el fan partícip d'assemblees. Alguns d'ells, inclús, ajuden en tasques de forta dedicació com poden ser la de sembrar o recollir la producció. Com en el criteri anterior, només no s'assoleix el criteri d'excel·lència: incidint políticament (pressió per modificar estructures o legislació) per promoure el Comerç Just. Tot i així, alguns grups/cooperatives també aconseguen aquest grau d'excel·lència.

D) Intercooperació: L'indicador d'intercooperació permet valorar el grau de difusió que l'organització fa dels valors i principis de l'ESS i les connexions que genera amb altres iniciatives de l'ESS. Si en els dos primers indicadors no observem diferències entre les diferents tipologies organitzatives dels grups, en aquest cas les diferències són considerables. Els grups autogestionats amb persones voluntàries assoleixen un índex de compliment de mitjana del 42% i els que tenen alliberades d'un 84%. D'aquesta manera, i corroborat en les entrevistes semiestructurades, els grups sense persones alliberades difonen els principis i activitats de l'Economia Social i Solidària (ESS) i tenen algun proveïdor de l'ESS, mentre que els grups amb persones alliberades, a més d'aquests aspectes, busquen proveïdors de l'ESS quan es necessita un producte o servei i la majoria de proveïdors que tenen són de l'ESS. Alguns d'ells, fins i tot, aconseguen l'excel·lència, ja que —a més de complir els criteris anteriors— contribueixen a la creació de Mercat Social d'una forma estratègica. En definitiva, impulsant la creació de cooperatives de segon grau que intermediiïn sota el paraigua de l'ESS. Aquest és el cas de la Cooperativa l'Economat Social, per exemple, amb la creació de la Cooperativa de distribució Quèviure.

E) Valoració global de l'ús de les TIC: El resultat de les respostes que donen les cooperatives i els grups de consum de la ciutat de Barcelona, respecte al nivell d'importància de les TIC en la seva operativa (Figura 32), mostra una mitjana de 7,9 sobre 10.

Bàsicament, les organitzacions entrevistades indiquen que les TIC s'utilitzen prioritàriament per a la gestió de la comanda interna amb el productor. Per tant, en l'operativa interna de l'organització, per generar una compra conjunta i en la comunicació posterior amb cadascun dels productors.

Com estudiarem més endavant, amb un nivell menor, les TIC s'utilitzen també com a instrument de difusió d'activitats pròpies o que tenen afinitat amb els interessos i valors de la cooperativa.

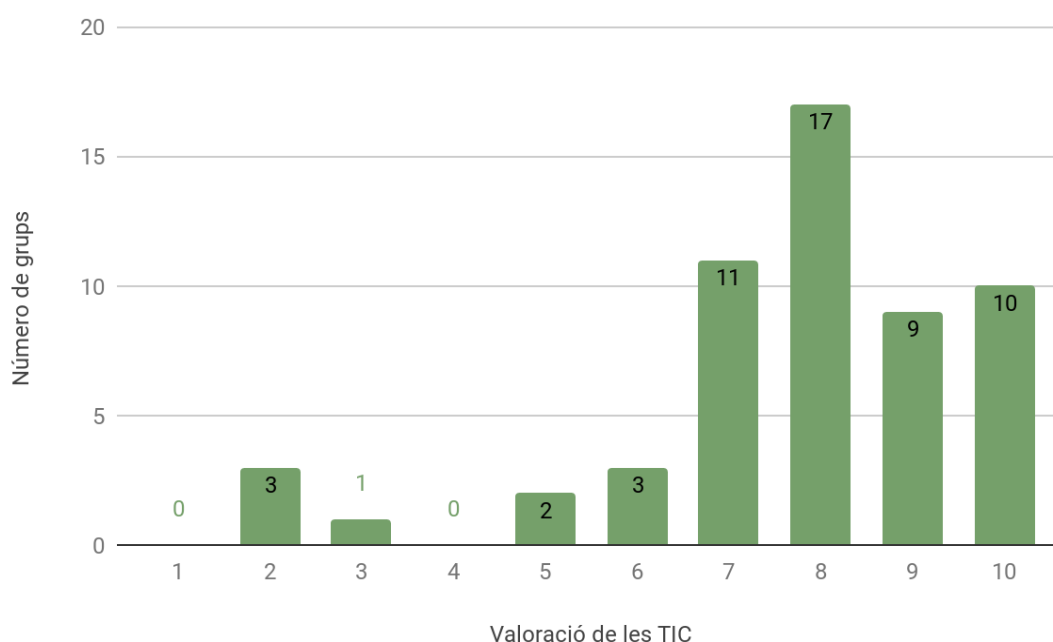


Figura 32. Gràfica de valoració de l'1 al 10 que fa cada grup/cooperativa de l'ús de les TIC (n=57)
Font: autor.

H) Presència a les xarxes socials: En aquest cas, donat que volem estudiar el pes de cada agent de la intercooperació agroecològica en la potencial relació en xarxa, descrivim l'impacte de les plataformes de xarxes socials respecte a les cooperatives, els intermediaris i els productors.

Cooperatives. Els resultats mostren que el 57,9% d'organitzacions tenen algun tipus de presència a plataformes de xarxes socials (Facebook o Twitter), sense observar-se diferències rellevants —entre cooperatives amb o sense alliberades— a nivell de presència en plataformes de xarxes socials (Figura 33).

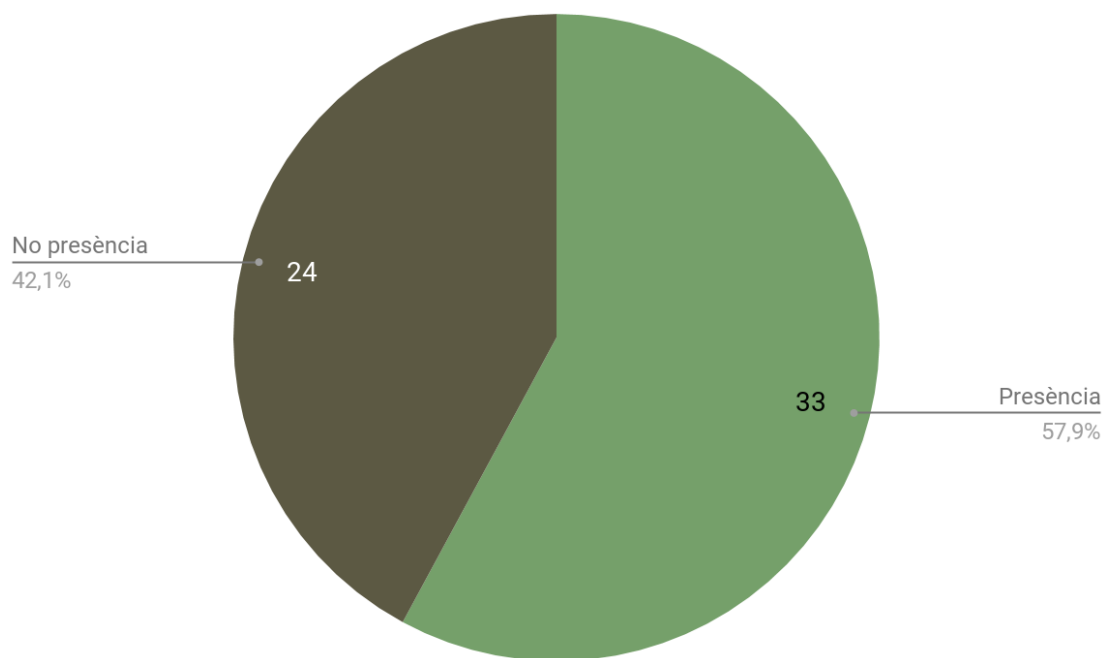


Figura 33. Cooperatives i grups de consum amb i sense presència a les pàgines web de xarxes socials (n=57). Font: autor.

Si bé és cert que les cooperatives amb persones alliberades tenen més perfils (Twitter/Facebook) oberts en percentatge, el seu ús segueix sent desigual: hi ha grups que actualitzen molt, enllaçant amb temes d'interès del sector, referenciant els seus productors, realitzant activisme tot difonent campanyes contra el TTIP, Eurovegas, l'excessiu transport de productes o el malbaratament d'aliments, entre altres continguts, mentre que hi ha grups que actualitzen molt esporàdicament o no ho fan (ni tenen perfils oberts).

Intermediaris. Pel que fa a les plataformes de xarxes socials (Figura 34), observem que el 69,2% de les organitzacions que actuen d'intermediaris tenen algun perfil obert, sent Facebook la principal xarxa social on hi tenen presència. En un segon lloc, com a xarxa més rellevant entre els intermediaris, trobem Twitter amb un 46,1%, mentre que Instagram i altres xarxes socials, com són YouTube i Google+, tenen un mateix percentatge, al voltant del 15,3%. En l'obtenció de les dades, s'ha detectat un únic cas⁴² on la informació sobre xarxes socials a la pàgina oficial de referència és incompleta. Entenem com informació incompleta aquella que dificulta la visibilització de tots els perfils socials a l'espai de referència (web, blog oficial) i/o que té un enllaç amb error.

⁴² L'Economat Social de Gràcia no té enllaçat des del seu web de referència el seu perfil d'Instagram.

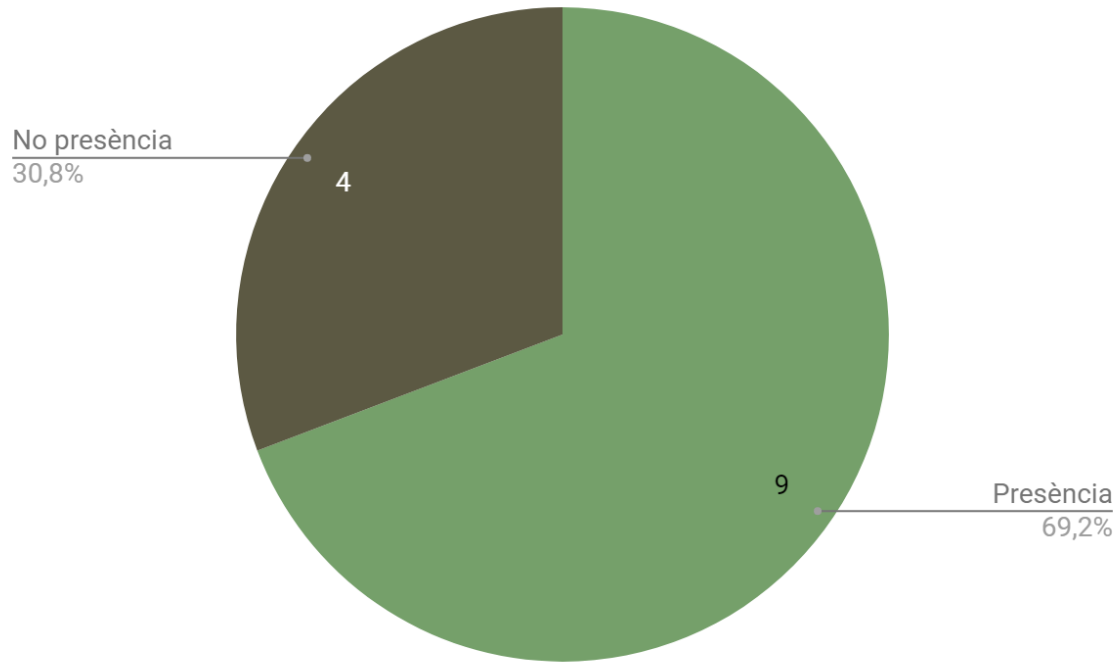


Figura 34. Intermediaris amb i sense presència a les plataformes de xarxes socials (n=13) Font: autor.

Productors. Observant la presència dels productors a les plataformes de xarxes socials (Figura 35), veiem com un 62,4% és present a través de la plataforma Facebook.

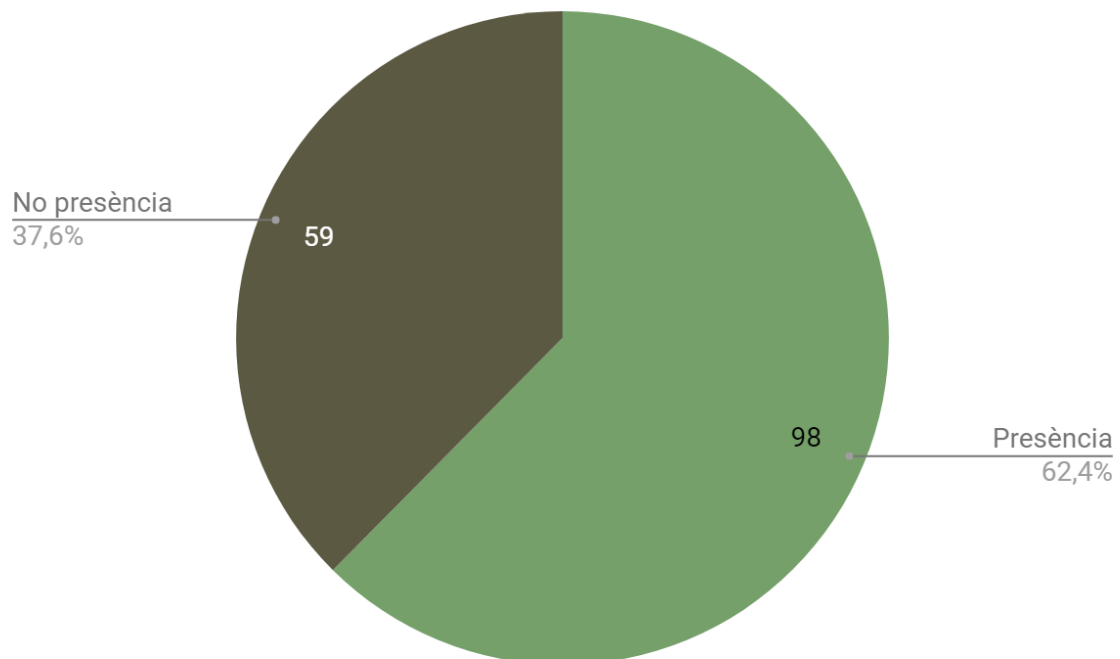


Figura 35. Productors amb i sense presència a les plataformes de xarxes socials (n=157). Font: autor.

Situant-se Twitter, de nou, en el segon lloc amb un 36,9%, seguit de prop pel 28% dels productors que aposten per estar presents a Instagram. Destaca aquí també el pes que assumeixen altres xarxes socials, amb un 14,6%, on s'inclouen perfils de productors a YouTube, LinkedIn o Flickr, amb menor rellevància.

Del conjunt de la mostra analitzada, destaca La Tavella com el productor amb major presència en les plataformes de xarxes socials, amb perfils a Facebook, Twitter i Instagram (principals plataformes analitzades), però també a Flickr, YouTube, Pinterest i Prezi. Dins de la categoria 'd'altres', és interessant observar la utilització que fan cerveses com Jota-Ka i Espiga, difonent ambdues la seva presència a Untappd, una xarxa social per a les persones amants d'aquesta beguda que convida els consumidors i consumidoras a compartir la seva cervesa preferida mitjançant registres [*check-in*]. A més, igual que hem observat en el cas dels intermediaris, els productors presenten problemes a l'hora de connectar el conjunt de la seva comunitat online a través del seu web, blog oficial. D'aquesta forma, en un 26,75% dels casos la informació és incompleta; és a dir, falta l'enllaç com a mínim a una xarxa social on el productor és present i/o l'enllaç des del web de referència dona error. Igual que en el cas dels intermediaris, en més de $\frac{3}{4}$ dels casos, aquesta informació incompleta es correspon més amb la no presència dels enllaços a les plataformes de xarxes socials que a un error. No obstant això, aquest percentatge és força rellevant en representar més del $\frac{1}{4}$ de la mostra i deixa entreveure la feina que aquestes organitzacions tenen encara per fer, des de l'àmbit de la comunicació i el màrqueting.

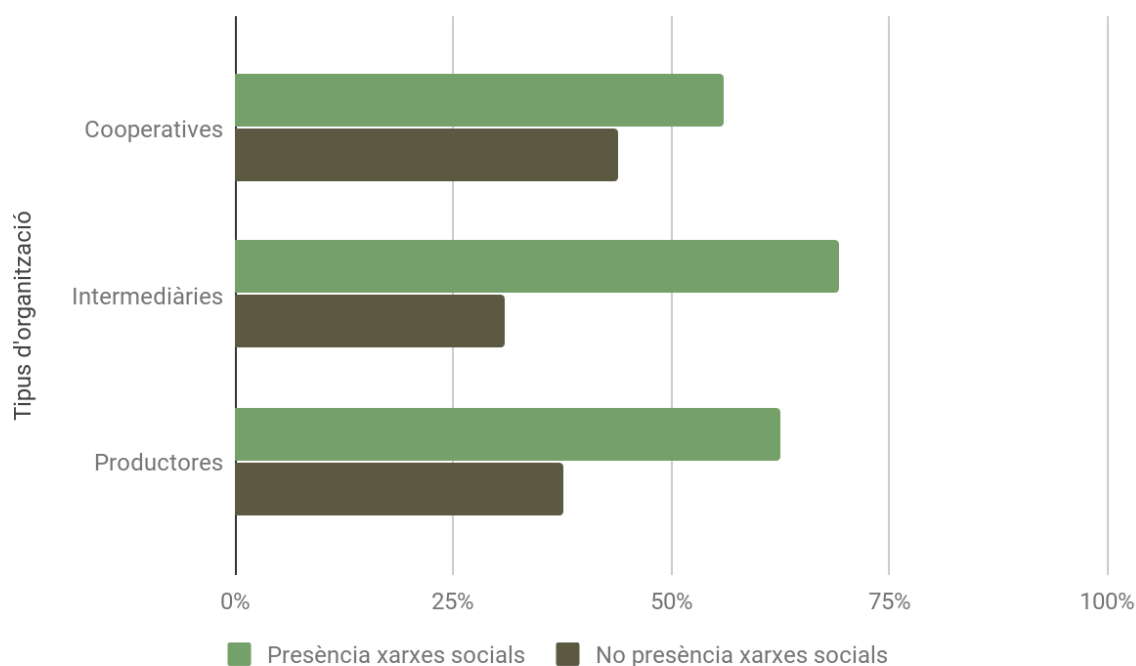


Figura 36. Comparativa de presència (verd) i no presència (marró) a plataformes de xarxes socials entre cooperatives ($n=56$), intermediàries ($n=13$) i productores ($n=144$). Font: autor.

Respecte a la gràfica comparativa de la mitjana aritmètica de la presència a les plataformes de xarxes socials entre cooperatives, intermediaris i productors (Figura 36), s'evidencia el menor interès de les cooperatives (56,1%) per difondre la seva activitat en relació als productors (62,4%) i als intermediaris (69,2%).

Per valorar la relació entre A) el nombre d'Unitats Familiars, B) la proximitat, C) el comerç just, D) la intercooperació, E) la valoració global de les TIC, F) la presència de persones alliberades, G) la participació d'intermediaris i H) la presència a les xarxes socials, hem fet una anàlisi de correlacions entre aquestes variables.

Es pot observar a la taula de correlacions (Taula 9) que, en general, el comportament de les variables és molt independent. Així, malgrat alguns valors s'enfilen per sobre de 0,5 (per exemple, en la correlació entre nombre d'Unitats Familiars i la participació de persones alliberades a l'organització), les correlacions són escasses i quan succeeixen tenen valors relativament baixos.

Això té, al nostre parer, una doble interpretació que, de fet, va en el mateix sentit. Per una banda, que la construcció de les variables és prou bona, atès que no recullen informació redundant. D'altra banda, la constatació que molt probablement —i tal com corroboren les entrevistes— són variables que depenen d'aproximacions i decisions molt independents en la seva naturalesa, ja sigui perquè beuen de valors diferents o perquè en la seva implantació —com el cas de les mateixes TIC— calen unes estratègies i capacitats diferents de les que altres variables requereixen.

	UF	PR	CJ	ICO	TIC	ALL	IME	XS
Unitats familiars	-							
Proximitat	0,12	-						
Comerç just	0,24	0,54	-					
Intercooperació	0,41	0,25	0,09	-				
TIC	0,19	-0,04	-0,05	0,16	-			
Alliberades	0,63	0,10	0	0,49	0,11	-		
Intermediació	0,38	0,04	0,17	0,15	0,28	0,07	-	
Xarxes Socials	0,12	0,10	-0,02	0,29	0,18	0,27	-0,18	-

Taula 9. Correlació de variables en estudi. Tots els valors significatius al 95%. Font: autor.

En aquest sentit, la independència de l'ús de les TIC i la presència en plataformes de xarxes socials s'explicaria per la naturalesa més orientada a la gestió de les

primeres, mentre que les segones tenen un component més orientat a la comunicació.

Al mateix temps, com ja havíem avançat prèviament, observem que els valors més elevats de correlació es produeixen entre les variables Unitats Familiars i la presència d'alliberades. Per tant, podem assenyalar que les organitzacions amb persones alliberades tendeixen a tenir més membres. Així mateix, l'anàlisi de correlació també destaca, com a valors més significatius, el vincle entre la intercooperació i el nombre d'Unitats Familiars i la intercooperació i la presència de persones alliberades. És a dir, hi ha una correlació positiva entre la presència de persones alliberades, el nombre de membres d'una cooperativa i la seva capacitat per intercooperar amb altres organitzacions de l'àmbit de l'ESS.

10.5 Impacte en el vincle amb els Circuits Curts de Comercialització

L'anàlisi de la variable Circuits de proximitat té un nivell d'acompliment del 81% de mitjana entre les cooperatives i grups de consum participants (n=57). Aquesta puntuació determina que, en la seva mitjana, les cooperatives i grups de consum, prioritzen comprar/vendre productes o serveis locals, han fet una reflexió interna i existeix una política que limita la procedència dels productes o subministres que es compren/vénen, ofereixen materials de sensibilització per promoure l'economia de proximitat i existeix un compromís de corresponsabilitat amb la producció local. La distància geogràfica mitjana dels proveïdors de les cooperatives assenyalen un recorregut de 278,7 km.

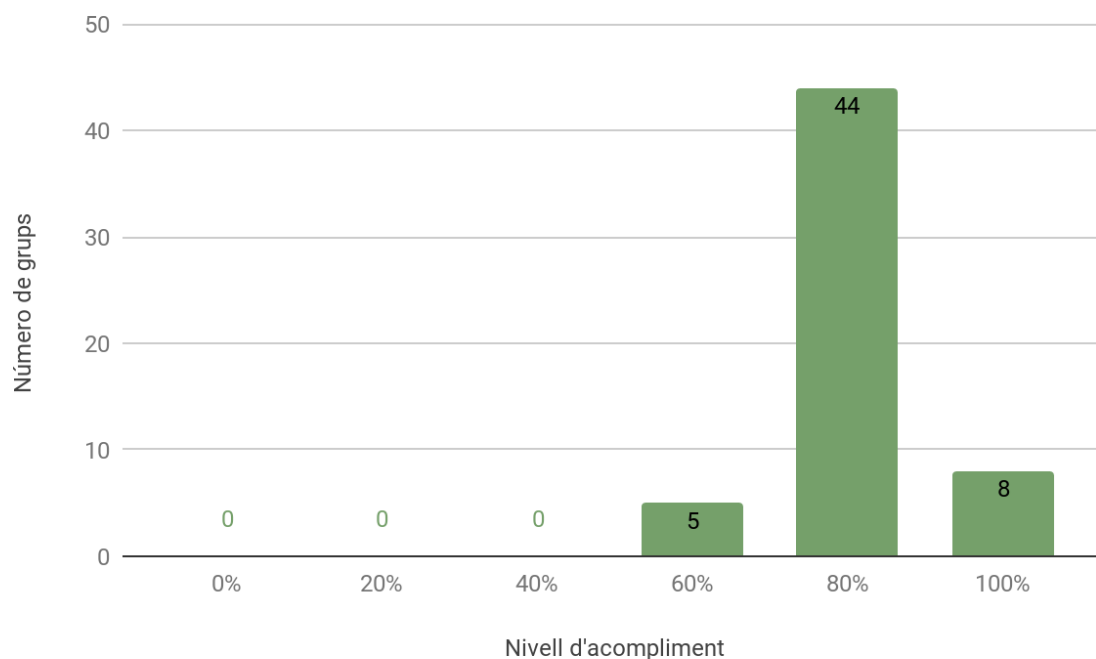


Figura 37. Nivell d'acompliment de l'indicador circuits de proximitat de les cooperatives i grups de consum (n=57). Font: autor.

Així mateix, 8 cooperatives (Figura 37) assoleixen el màxim grau d'excel·lència, ja que, a més dels aspectes referenciats, influencien políticament en òrgans de decisió per modificar estructures o legislació que enforteixin les economies locals. Aquest és el cas, per exemple, de la cooperativa Can Pujades de Vallvidrera, sorgida l'any 2010 a partir de la mobilització popular de l'enderroc de la masia Can Pujades l'any 2008, i que té un fort compromís amb l'articulació política per a la defensa dels productors de la Serra de Collserola, alguns dels quals formen part de la cooperativa de consum agroecològica.

L'anàlisi de xarxa (Figura 38), a partir d'un diagrama de xarxa realitzat amb el programari Gephi, ens permet observar les relacions entre cooperatives de consum (blau), intermediaris (vermell) i productors (taronja).

En la taula de nodes de la xarxa ordenats per nombre de connexions i centralitat (veure Annex A.5) observem com les cooperatives Mespilus i L'Aixada són les que tenen més connexions entre les organitzacions de consumidors i en el conjunt de l'estudi. Mentre que Formatges de Puigcerver i Cal Valls són els productors amb més presència entre les cooperatives. Cal fer notar la posició de centralitat del productor Selvatana que té només 9 grups o cooperatives com a clients, però de gran pes a la xarxa. També és destacable que les dues organitzacions intermediàries més ben posicionades, Quèviure i Món Verd, s'ubiquen en la 30a i 43a posicions de la xarxa.

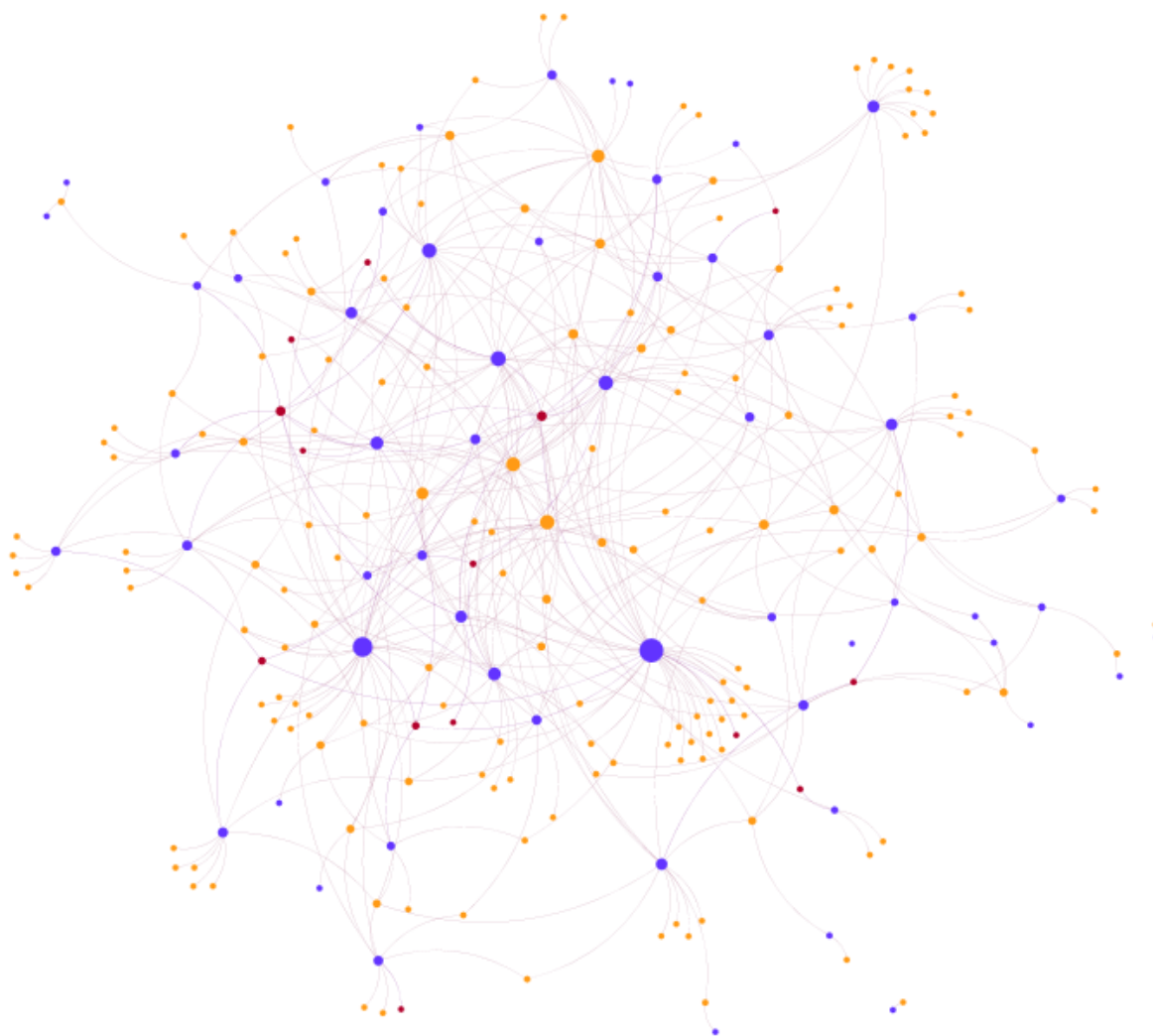


Figura 38. Representació de la xarxa de relacions en l'activitat dels grups i cooperatives de consum de la ciutat de Barcelona (blau) amb productors (vermell) i intermediaris (taronja).⁴³

10.6 Impacte en el vincle amb l'Economia Social i Solidària

10.6.1 Grups i cooperatives de consum

Respecte al vincle de les cooperatives amb l'ESS, observem que totes les organitzacions estudiades en formen part ja que compleixen, a diferents nivells, els indicadors establerts per a la seva avaluació. Cal fer notar que els indicadors són de caràcter qualitatiu i es defineixen a partir d'una guia de gradació de compliment. Els resultats de cada indicador poden anar de 0 (no compliment) a 5 (excel·lència). Per exemple, si una organització no mostra cap prioritat pel consum de productes justos socialment, no complirà el criteri de comerç just. En canvi, la següent escala de gradació determinarà el nivell de compliment

⁴³ Versió en línia de la representació de la xarxa (Gephi) <http://cooperatives.barcelona/xarxa>.

d'aquest criteri:

1. S'intenten consumir productes de comerç just o que garanteixen salaris dignes i la minimització d'intermediaris.
2. S'ha fet una reflexió interna i es considera política de l'entitat la prioritització de comprar / vendre productes de comerç just o que garanteixen salaris dignes i la minimització d'intermediaris.
3. S'ofereixen materials de sensibilització per promoure la comercialització justa.
4. Es promouen canals de diàleg a l'hora d'establir els preus d'intercanvi de béns o serveis.
5. Es participa en incidència política (pressió per modificar estructures o legislació) per promoure el comerç just.

Aquest esquema es repeteix amb la resta d'indicadors (Annex A.3). En el cas de les cooperatives entrevistades, la mitjana aritmètica de cada un dels criteris, mostra que tots els indicadors, amb diferents gradacions, es compleixen (Figura 39).

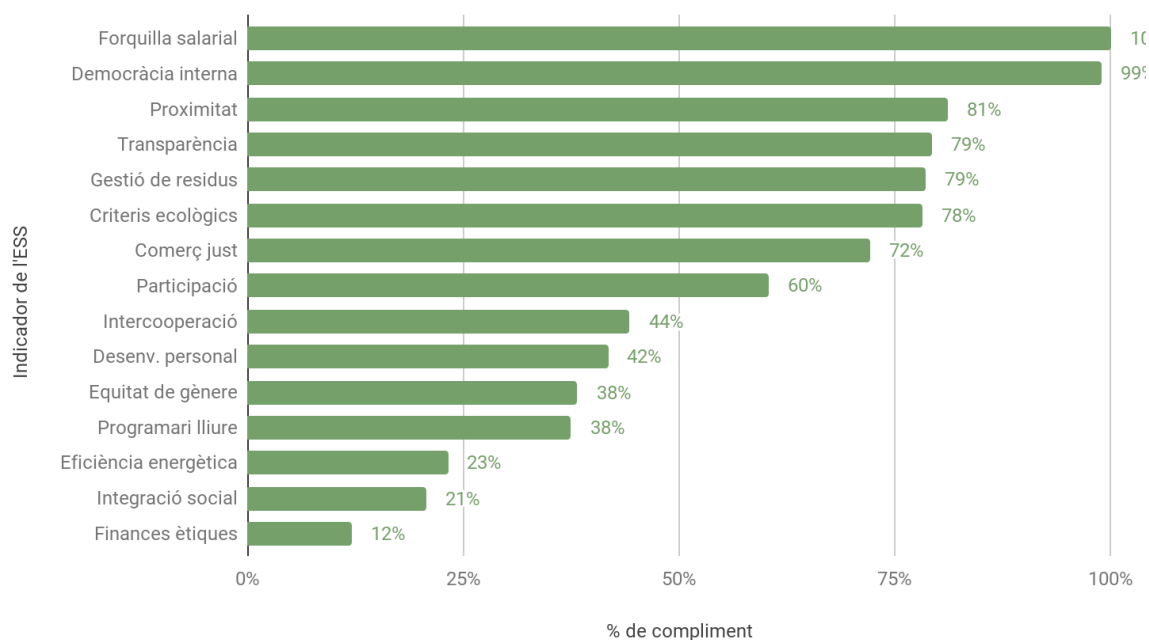


Figura 39. Mitjana aritmètica de compliment dels indicadors de l'ESS per part de les cooperatives i grups de consum (n=57). Font: Pam a Pam.

En tot cas, si fem una observació més acurada, determinem tres grups segons la mitjana de compliment:

- Forquilla salarial equitativa, democràcia interna, proximitat, transparència, gestió de residus, criteris ecològics i comerç just, amb un compliment superior al 70%, són criteris d'excel·lència en les cooperatives i grups de consum.
- Participació en altres xarxes, intercooperació, desenvolupament personal, equitat de gènere i programari lliure tenen un compliment mig (entre el 30 i el 70%).
- Eficiència energètica, integració social i finances ètiques, amb un percentatge inferior al 30%, tenen un compliment mínim. És a dir, a diferent nivell, totes les organitzacions estudiades aconsegueixen els criteris d'avaluació de l'ESS (veure Annex A.3).

10.6.2 Organitzacions intermediàries i productors

Les organitzacions intermediàries de les cooperatives que tenen formes jurídiques variades (Cooperatives, Societats Autònomes, Societats Limitades i Associacions o persones amb règim d'autònoms) i el 71,42% (7 intermediàries⁴⁴) també aconsegueixen els criteris d'avaluació del Pam a Pam (Figura 40).

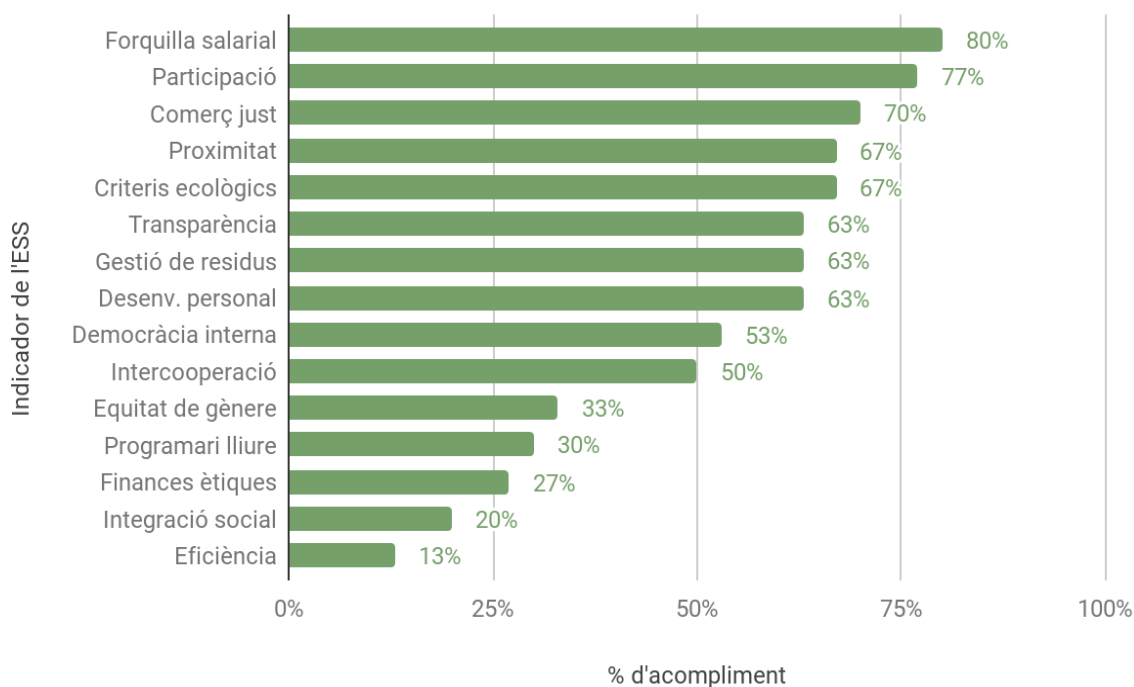


Figura 40. Mitjana dels nivells de compliment dels criteris de l'ESS dels intermediaris que en formen part (n=13). Font: Pam a Pam.

⁴⁴ Aquests 7 intermediaris representen el 53,84% de la mostra total.

En el cas de les intermediàries, observem que hi ha dos nivells en la mitjana de compliment :

- Forquilla salarial, participació, comerç just, proximitat, criteris ecològics, transparència, gestió de residus, desenvolupament personal, democràcia interna i intercooperació, amb un nivell de compliment del 50% o superior.
- Equitat de gènere, programari lliure, finances ètiques, integració social i eficiència energètica, amb un nivell de compliment inferior al 50%.

De totes maneres, igual que les cooperatives i grups de consum, els intermediaris —en el seu conjunt— són organitzacions clarament vinculades a l'Economia Social i Solidària.

Pel que fa als productors, observem que, en l'actualitat, només el 6,3% s'avalua a través dels criteris de l'ESS definits pel Pam a Pam. Els criteris ecològics, la transparència i la proximitat en són els criteris amb més compliment, mentre que la utilització de programari lliure, la integració social o les finances ètiques, reben una puntuació inferior. Entenem aquí que, per la baixa mostra de població que ha realitzat el qüestionari, aquest percentatge no és representatiu però fa notar una certa pertinença, amb major o menor grau, dels productors a l'ESS.

10.6.3 Comparativa d'acompliment entre cooperatives i organitzacions intermediàries

La gràfica comparativa de les mitjanes aritmètiques de l'acompliment dels criteris de l'ESS entre cooperatives i intermediaris (Figura 41) ens mostra que, respecte als tres indicadors que centren el nostre estudi, les cooperatives compleixen millor els criteris de proximitat (81% vers el 67%) i comerç just (72% vers el 70%), mentre que els intermediaris, el d'intercooperació (50% vers el 44%). Malgrat que les diferències no són significatives, els resultats mostren un reforç de les cooperatives vers els CCC, especialment, i la justícia social de la producció, lleugerament; mentre que els productors afavoreixen més la intercooperació entre agents.

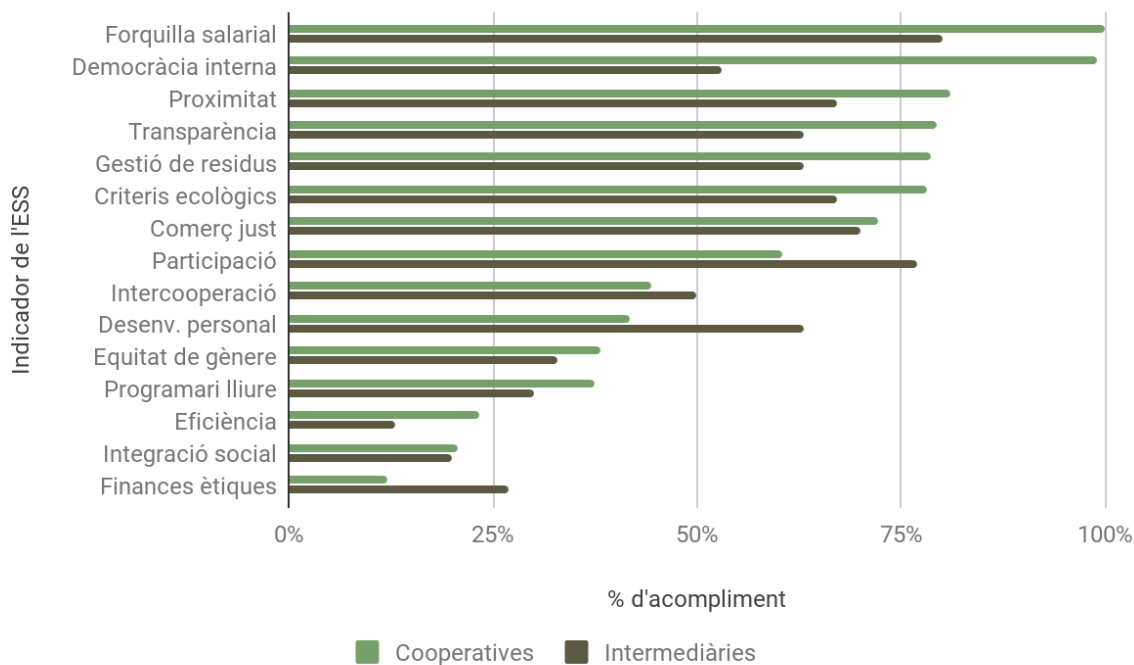


Figura 41. Comparativa de compliment dels criteris de l'ESS entre cooperatives (n=13) i intermediàries (n=144). Font: Pam a Pam.

10.7 Impacte en la participació en Moviments Socials i acció tecnològica

10.7.1 Resultats del vincle amb els Moviments Socials

Anàlisi de la relació entre variables (Correlació)

Apliquem una anàlisi de correlacions Pearson (Taula 10) per avaluar la relació existent entre les variables: compromís social i polític global del grup, afinitat amb la ideologia del moviment 15M, ús de les TIC per a l'activisme polític, grau de vinculació del grup amb el 15M i grau de vinculació individual amb el 15M. Aquest conjunt de variables ens permeten determinar la politització de l'organització, la identificació amb el moviment 15M, els nivells i els tipus de participació (individual i grupal) durant el moviment i el paper de les TIC en l'articulació política de la cooperativa.

	Compromís	Ideologia	Tecnologia	Vinculació Grup	Vinculació Individual
Compromís	-				
Ideologia	0,32	-			

Tecnologia	0,24	-0,10	-		
Vinculació Grup	0,38	0,18	-0,06	-	
Vinculació Individual	0,29	0,30	-0,06	0,39	-

Taula 10. Importància dels factors qüestionari TIC-15M. Matriu de correlacions (significativitat a partir de 0,7). Font: autor.

Un cop avaluada la correlació, no identifiquem cap combinació de variables amb una relació significativa (índex de correlació superior a 0,7).

Reducció de variables a factors (Anàlisi factorial)

A la vista de la correlació existent entre variables, apliquem una anàlisi factorial de rotació dels components principals a través del mètode Varimax que ens permet minimitzar el nombre de variables, tot creant noves variables (factors) que són combinació lineal de les variables originals i que estan correlacionades entre elles. Un cop estimades les funcions lineals, conservem 3 factors per restituir la informació original d'acord amb els criteris de restitució mínima (% variació acumulada > 70 %) i criteri de Kaiser (Valor Propi superior a 1).

Anàlisi factorial d'indicadors	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Desviació estàndard / Valor Propi	1,39	1,07	0,91	0,80	0,67
Percentatge de variància	0,39	0,23	0,17	0,13	0,09
Percentatge de variància acumulada	0,39	0,62	0,78	0,91	1,00

Taula 11. Importància dels factors qüestionari TIC-15M (Anàlisi factorial de rotació Varimax). En verd els valors més destacats. Font: autor.

Els factors queden correlacionats amb les variables originals de la següent manera.

Factor 1 -> Compromís, Vinculació del grup amb el 15M i Vinculació individual amb el 15M.

Factor 2 -> Tecnologia.

Factor 3 -> Ideologia.

	Compromís	Ideologia	Tecnologia	Vinculació Grup	Vinculació Individual
Factor 1	0,73	0,62	0,02	0,71	0,72
Factor 2	-0,43	0,21	-0,94	0,08	0,20
Factor 3	0,09	0,71	0,03	-0,53	-0,17

Taula 12. Correlació entre les variables del qüestionari TIC-15M i els factors rotats (Anàlisi factorial).
Font: autor.

La relació amb el moviment 15M podria sintetitzar-se en tres factors: Compromís / Vinculació, Tecnologia i Ideologia. És a dir, el grau del compromís social i polític del grup i el seu vincle amb el 15M (grup i/o individual), la importància que l'organització dóna a les TIC per a l'activisme polític (Tecnopolítica) i el nivell d'afinitat amb els valors del moviment 15M.

Identificació de grups d'individus (Anàlisi clúster)

Mitjançant l'anàlisi clúster jeràrquica busquem «n» grups homogenis (per n = 1, 2, 3 ...), on cada un dels individus tingui característiques el més similars possibles amb la resta d'individus del grup i sigui el més diferent possible respecte a la resta de grups. Per a això, prenem com a referència la distància euclidiana existent entre cadascun dels individus i la resta amb l'objectiu d'identificar el grup al qual es podria assignar cadascun d'ells.

Aplicuem una anàlisi clúster jeràrquica (Taula 13) sobre les variables «Compromís», «Tecnologia», «Ideologia», «Vinculació amb l'individu» i «Vinculació amb el grup» per tenir una primera aproximació descriptiva de com els individus tendeixen a agrupar-se.

	Compromís	Ideologia	Tecnologia	Vinculació Grup	Vinculació Individual
Factor 1	0,73	0,62	0,02	0,71	0,72
Factor 2	-0,43	0,21	-0,94	0,08	0,20
Factor 3	0,09	0,71	0,03	-0,53	-0,17

Taula 13. Clúster sobre les variables del qüestionari TIC-15M. En gris els valors més destacats.

La mitjana de les variables de cada clúster ens permet conèixer millor cada grup d'organitzacions, determinant les característiques que els són comunes i, així, batejar-les amb una denominació específica.

Un cop estudiat el resultat de l'anàlisi clúster jeràrquica, reduïm la solució en tres grups per al clúster de k-mitjanes pel fet que:

- Tres grups presenten una distribució de mides similar i amb un nombre d'individus prou rellevant com per extreure conclusions.

Clúster 1	16
Clúster 2	6
Clúster 3	15

Taula 14. Mida dels clústers. Font: autor.

- Mostra resultats diferenciats pel que fa a les variables «Compromís» i «Vinculació amb el grup», que permeten perfilar hàbits de col·laboració diferents.

	Compromís	Ideologia	Tecnologia	Vinculació Grup	Vinculació Individual
Clúster 1	6,00	7,69	8,50	1,06	6,13
Clúster 2	1,83	7,00	6,83	1,17	5,67
Clúster 3	6,73	8,07	8,27	5,20	8,27

Taula 15. Mitjana de les variables del qüestionari TIC-15M per clúster. En verd els valors més destacats. Font: autor.

Caracterització dels clústers respecte a variables de Pam a Pam (Anàlisi ANOVA)

Apliquem l'Anàlisi de la Variància (Taula 16) per avaluar l'existència de diferències en la mitjana de les variables del qüestionari de Pam a Pam respecte als diferents valors que pot prendre el factor Clúster (1 a 3).

Atès que el valor P és superior a 0,05 (que és el nivell de significació que s'utilitza habitualment per fer contrastos d'hipòtesis) hem d'acceptar la hipòtesi nul·la del contrast que estem fent (Ho: la valoració mitjana per als diferents segments és la mateixa).

Variables qüestionari Pam a Pam	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Signif. ANOVA (p-valor)
Críteris ecològics	7,90	8,0	8,0	0,96
Eficiència energètica	2,20	3,00	3,10	0,70
Gestió de residus	7,6	8,00	8,1	0,21
Software lliure	5,10	3,60	4,9	0,71
Equitat de gènere	3,00	5,00	2,8	0,07
Democràcia interna	9,60	10,00	10	0,31
Professió personal	4,10	5,30	4,3	0,61
Nivells salarials	10,00	10,00	10,00	0,07
Cooperació	5,00	4,30	5,10	0,85
Finances ètiques	1,40	1,60	1,70	0,85
Comerç just	7,40	7,00	7,90	0,38
Participació	7,10	4,60	5,5	0,19
Proximitat	8,4	7,7	8,3	0,27
Integració social	2,1	2,0	1,90	0,92
Transparència	7,8	8,0	8,1	0,57

Taula 16. Contrast d'igualtat de les mitjanes de les variables per clúster d'acord amb una anàlisi de la Variància (ANOVA). Font: autor.

10.7.2 Anàlisi de la participació en el moviment 15M

Les cooperatives i grups de consum analitzats tenen un grau important de compromís social i polític (56%). Aquesta connexió es demostra amb l'alta afinitat amb la ideologia del moviment 15M (78%) i l'alt grau d'implicació de les persones que formen part dels grups (69%). No obstant això, es confirma que, a nivell de grup, el grau d'implicació, en general, és baix (27%).

La corba de constitució dels grups creats a partir de 1993 té un pic de creixement rellevant l'any 2011, quan, durant el mes de maig, es va produir el 15M. Segons les respostes recollides durant les entrevistes realitzades, la creació de nous grups de consum, en alguns casos, pot vincular-se directament a la influència del 15M. Aquest és el cas, per exemple, de «30 Panxes», on la trobada a la plaça entre dues persones que eren a la llista de clients d'una botiga agroecològica, que havia conclòs la seva activitat, va facilitar-ne la seva creació. En altres casos,

tot i que el grup fos creat durant el 2011, no es pot vincular directament a una acció o trobada succeïts a la plaça. En qualsevol cas, els grups i cooperatives de consum entrevistats i creats aquest any reconeixen el moviment com un catalitzador per a les persones que l'integren en la seva condició d'activistes. Pel que fa als grups fundats abans del 15M, el vincle amb el moviment té un caràcter divers. De tota manera, tots els grups entrevistats, fundats pre, durant i post 15M, vinculen el seu compromís social i polític amb el barri i les seves causes.

La baixa correlació de les principals variables (compromís social i polític, coincidència ideològica amb el 15M, vinculació grupal i individual amb el 15M, intensitat d'ús de les TIC) ens indica la seva relativa independència i, en conseqüència, el seu gran valor explicatiu.

Agrupats a través de l'anàlisi factorial, trobem tres factors que podem considerar significatius. Un primer factor que agrupa la vinculació amb el 15M (tant col·lectiva com individual) i el compromís social i polític; un segon factor que remarca la intensitat d'ús de la tecnologia en les cooperatives de consum cooperatiu; i un tercer factor que recull la coincidència ideològica amb el 15M. Crida especialment l'atenció aquest primer factor, que agrupa la vinculació amb el compromís social en lloc de la coincidència ideològica amb el 15M, que semblaria més intuïtiu.

No obstant això, aquesta troballa ens sembla més lògica amb el que hem exposat en el nostre plantejament teòric, així com el metodològic. Allò que aquest factor estaria explicant no és un «sentiment 15M», sinó el grau d'activisme: una persona és activista compromentent-se amb la cooperativa, alhora que compromentent-se amb el moviment 15M, mentre que la ideologia (entesa com simpatia, amb o sense acció) va a part.

El següent grup d'anàlisi —el clúster jeràrquic i el clúster de k-mitjanes— ens ajuda a agrupar les cooperatives segons el seu «comportament». Amb els resultats definim tres tipus de cooperativa:

- Cooperativa tradicional (clúster 2): el grup empatitza amb el 15M, però no participa de forma grupal en el moviment i només mitjanament de forma individual, amb el que entenem que el seu objectiu no està tan polititzat. D'altra banda, el seu ús de les TIC és mitjà i sensiblement menor que el de les altres cooperatives.
- Cooperativa en xarxa (clúster 1): la cooperativa ha incorporat fortament les TIC, així com una simpatia amb el 15M. El seu compromís social és mitjà, molt més elevat que en la precedent, i els seus membres

s'incorporen notablement al moviment 15M, encara que gairebé exclusivament de forma individual.

- Cooperativa activista (clúster 3): semblant a l'anterior en la incorporació de les TIC, compromís social (una mica més gran) i simpatia amb el 15M. Es diferencia de l'anterior, però, en la seva major participació grupal en el 15M, probablement per l'estirada de l'elevadíssima participació individual.

En resum, la cooperativa tradicional té un baix compromís social i incorporació de les TIC, així com una moderada participació individual; la cooperativa en xarxa afegeix un major compromís social i ús de les TIC; i l'activista suma la vinculació de grup i una molt més gran vinculació individual.

L'anàlisi de caracterització a través de la ANOVA no ens aporta cap diferència significativa entre els tres tipus de cooperativa en cap de les 15 dimensions escollides. És a dir, ens trobem davant tres tipus de cooperativa que tenen comportaments significativament diferents tot i ser essencialment semblants en les seves característiques. No hi ha motius per pensar que les cooperatives s'hagin decantat cap a diferents comportaments o aproximacions al factor 15M a causa del seu disseny institucional, o a principis diferents.

La diferència entre els diferents graus de compromís social i polític, que coincideix amb les diferències entre l'adopció de les TIC, ens fa sospitar que hi pugui haver una relació entre totes dues. Si bé no es pot afirmar amb rotunditat, no nega la hipòtesi d'un activisme de naturalesa tecnopolítica en dos tipus de cooperativa. Fem notar, en aquest moment, que aquests dos grups sumen 31 dels 37 casos estudiats, és a dir, el 84% de la mostra. Sense arribar amb això a contrastar la hipòtesi —les dades són febles i la mostra petita—, sí que sembla que la tendència és clara: una aclaparadora majoria de cooperatives semblen estar alineades amb la tesi d'un cooperativisme com a activisme tecnopolític.

D'altra banda, algunes de les cooperatives i grups de consum tenen la seva seu en un local amb altres entitats, formant un ateneu. En aquests casos, l'aproximació al 15M es produeix com a part del col·lectiu d'entitats que conformen l'ateneu. Aquest és el cas, per exemple, del grup El Borró, situat a l'Ateneu l'Harmonia, Casal de Sant Andreu. El compromís social i polític, amb caràcter local, es reforça amb la pròpia essència de l'activitat econòmica dels grups, que tenen en el consum de productes de proximitat un dels seus punts forts (82%, segons els criteris de l'ESS definits pel Pam a Pam). Un consum vinculat a una consideració per la justícia social de tot el procés d'elaboració i comercialització del producte (75%, segons els criteris de l'ESS definits pel Pam a Pam).

Si situem l'atenció en la pròpia organització, també observem llaços importants entre les cooperatives i el moviment 15M. L'autogestió, en termes d'equitat en la dedicació i la distribució de tasques a través de comissions que caracteritzen les cooperatives, i la presa de decisions horitzontal a través d'assemblees conformen també el funcionament del 15M. Tenint en compte que la participació en el moviment social per part dels integrants de les cooperatives es produeix a nivell individual, podem establir que la dinàmica de funcionament es retroalimenta.

En relació a l'ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) veiem una correlació entre la importància que tenen per al funcionament de la cooperativa (82%) i, també, per a gran part d'aquelles persones que van participar al 15M (70%). Aquest és un aspecte especialment rellevant, si considerem que, segons un recent informe publicat per la Mobile World Capital, «La bretxa digital de la ciutat de Barcelona» (2016), les cooperatives, com a part del teixit associatiu de la ciutat, fan servir les TIC per a la participació en moviments socials de forma estable entre totes les edats: 23% a la franja de 16 a 24 anys, 30% en la de 25 a 34, 26% en la de 35 a 44, 24% en la de 45 a 54, 26% en la de 55 a 64 i 21% en la de 65 a 74. És a dir, l'ús d'Internet per a la participació en moviments socials i associatius implica entre el 20% i el 30% de la ciutadania de totes les edats. De fet, segons l'estudi referit, aquest és l'indicador que menys diferència intergeneracional genera en la valoració de la bretxa digital a la ciutat.

El conjunt d'anàlisi de les dades resultants del treball de camp ens permet extreure dos aspectes claus respecte a la formulació de la nostra hipòtesi que treballarem en el següent capítol de conclusions. Per una banda, la reformulació de la intercooperació agroecològica a partir de l'impacte de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació, un aspecte clau per analitzar les possibilitats d'escalabilitat d'aquest model de consum. Per una altra banda, la reformulació de les noves cooperatives de consum agroecològic de plataforma impacta en benefici de la promoció dels Circuits Curts de Comercialització, l'Economia Social i Solidària i la participació en els Moviments Socials.



sense acció no hi ha educació
9s pebrots a l'Escola Lluís Vives de Sants, el 25 de novembre de 2016.

Capítol 11. CONCLUSIONS

11.1 Conclusions

En la introducció d'aquest projecte hem indicat l'evolució que ha tingut l'aproximació al nostre objecte d'estudi. Primerament, vàrem centrar l'atenció de la nostra recerca en l'impacte de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) en l'activitat dels productors en l'àmbit rural (Espelt, 2011); seguidament, en l'ús de les TIC en una cooperativa de consumidors rural (Espelt, 2013); a continuació, en l'impacte de les TIC en els Circuits Curts de Comercialització (CCC) en àmbit urbà (Losantos i Espelt, 2013) i, finalment, aquesta tesi doctoral se centra en els consumidors de l'àmbit urbà. En definitiva, de situar l'atenció en els productors i l'àmbit rural, evolutivament, derivem cap a situar el centre d'atenció en els consumidors i l'àmbit urbà. Un cop arribats al final d'aquest recorregut, amb la suma de les diferents conclusions de cada etapa, podem afirmar que, en termes de cooperació agroecològica i ús de les TIC, **el doble redireccionament, de l'àmbit rural a l'àmbit urbà i dels productors als consumidors, ens ha de permès la possibilitat d'obtenir unes conclusions, en termes d'intercooperació agroecològica, més sòlides.**

D'aquest recorregut, podem concloure que la intercooperació agroecològica de plataforma ha estat fins ara més potent entre les persones consumidores que entre les productores. El fet que en l'àmbit urbà hi ha una massa de persones consumidores més gran, concentrada en un mateix espai geogràfic, sembla determinant per a la intercooperació agroecològica a través de les TIC. De fet, les dades de l'evolució del nombre de grups i cooperatives del nostre espai de treball reforcen aquest aspecte: de les 36 organitzacions identificades l'any 2009 a Barcelona per Ubasart et al., hem passat a les 57 actuals. Al mateix temps, aquesta evolució succeeix en una ciutat amb una forta tradició cooperativa i on els grups i les cooperatives de consum agroecològics moderns tenen més de 25 anys de recorregut. Com hem observat, aquesta evolució de les cooperatives és força homogènia pel que fa al model d'expansió però, també, permet mostrar peculiaritats rellevants.

De totes maneres, prèviament, hem d'emmarcar l'acció de les cooperatives de consum agroecològic en el conjunt de pràctiques d'«innovació social» (Blanco et al., 2015) o «pràctiques socials autogestionades» (Miró, 2015) i la seva capacitat per crear alternatives econòmiques al capitalisme (Schor, 2011) i influir socialment i políticament en el marc de la transformació de la ciutat (Conill et al., 2011). Com apunta Nel·lo en l'assaig «La ciutat en moviment: Crisi social i resposta ciutadana», observem que determinades zones de Barcelona, amb més capital social de la seva població, en termes de varietat i capacitat d'autogestió social, generen més cooperatives i grups de consum agroecològic. Els resultats del nostre estudi reforcen el paper la ciutadania en barris com la Vila de Gràcia i

el Poblenou, ja destacats per Blanco et al., (2015) i Nel·lo (2015), com a motor de transformació de la ciutat, gràcies al seu capital social més elevat.

Els resultats de la investigació determinen que, en el cas de Barcelona, el model tipus de grup o cooperativa de consum és el d'una organització de menys de 25 UF, constituïda com una associació i amb un alt nivell de compliment dels valors que promou l'agroecologia i l'Economia Social i Solidària (ESS), és a dir, el cooperativisme agroecològic. Al mateix temps, veiem com l'ús de les TIC és rellevant per a l'operativa de l'entitat i que hi ha una dependència significativa del conjunt de serveis que ofereix Google. El compromís polític i social de l'organització és notable i es configura a partir de la seva pròpia activitat de consum cooperatiu agroecològic i, en el cas concret d'algunes persones que formen part del grup, a través de la seva participació a títol individual en Moviments Socials. Al mateix temps, la capacitat d'intercooperació del grup és limitada i el recolzament de les TIC, en el marc del cooperativisme de plataforma, per augmentar la interacció entre agents i així aconseguir una millor escalabilitat del model, és modest. De totes maneres, la complexitat de la població d'estudi ens permet una lectura més detallada i valuosa dels resultats del nostre projecte.

Una primera conclusió evident és que, més enllà de la seva escala, **les cooperatives i grups de consum contribueixen a la promoció d'una alternativa de consum agroalimentària majoritària** que, actualment, està en mans de deu corporacions a nivell mundial (Hoffman, 2013; Khoury et al., 2014). El cooperativisme agroecològic, en el seu conjunt, fomenta un consum social i ambientalment més responsable (Mauleón, 2009; Simón Fernández et al., 2012; Vivas, 2014).

En la definició de les cooperatives i grups de consum agroecològics articulàvem una doble aproximació: la seva pertinença als CCC i la connexió amb els valors que promou l'ESS.

Per una banda, en referència als CCC (binomi de proximitat i desintermediació), les dades del càlcul de la distància geogràfica mitjana dels proveïdors de les cooperatives assenyalen un recorregut de 278,7 km respecte als 3.827,8 km de mitjana en què se situa el consum de productes alimentaris que consumeix el conjunt de la ciutadania espanyola (Simón Fernández et al., 2012). D'altra banda, el consum de productes directe de productor és del 90,7%. En definitiva, **els dos elements que caracteritzen la pertinença als CCC** (Venn et al. 2006; Maréchal 2008; Binimelis i Descombes, 2010), **la proximitat i la desintermediació dels productes consumits, es compleixen.**

El conjunt d'observacions realitzades mostra com l'associació als CCC està reforçada per la promoció que les nostres entitats fan de l'agroecologia. És a dir, no només es promou el consum de productes de proximitat, ecològics i sense intermediaris, sinó que es promou la justícia social de tota la traçabilitat de l'aliment: producció, transformació, distribució i comercialització, situant la persona i no el capital en el centre de l'economia (Altieri, 2002; Badal et al., 2010; Martín-Mayor, Homs i Flores-Pons, 2017). D'aquesta manera, **les organitzacions estudiades contribueixen a una major conscienciació de la importància de la Sobirania Alimentària i «la fi de la societat pagesa»** (Majoral, 2006) que, amb la desaparició constant de petites i mitjanes finques agrícoles, té a Catalunya una tendència molt aguda (Robert Aragay, 2013; Duch i Soler, 2015).

Com hem observat, la voluntat de promoure un consum local, autosuficient i allunyat dels mercats globals de les nostres organitzacions té també una raó mediambiental. De fet, el model de consum alimentari imperant en l'actualitat esdevé com una de les amenaces de l'impacte del canvi climàtic a Catalunya (Generalitat de Catalunya i IEC, 2016). Aquest element, el de l'emancipació comunitària per a la lluita contra el canvi climàtic, situa les cooperatives i els grups de consum agroecològics en comunió amb altres moviments de caràcter global, com la xarxa de ciutats en transició (Hopkins i Pinkerton, 2009) que té un fort arrelament al Regne Unit.

La connexió entre els valors del cooperativisme i de l'agroecologia referma el vincle de les nostres organitzacions amb els criteris de l'ESS. Com ja hem assenyalat en l'exposició dels resultats, el conjunt de col·lectius estudiats compleixen significativament tots els criteris definits per Pam a Pam, que contempen l'avaluació social, econòmica i ambiental de cada una de les iniciatives. Aquesta dada és especialment rellevant perquè, com hem indicat a la metodologia, els criteris definits per Pam a Pam tenen un grau de compliment mínim que garanteix que una organització pertany al grup d'entitats de l'ESS. Per tant, el nivell d'assoliment de cada un dels indicadors, assenyalen el grau d'excel·lència. De totes maneres, si ens centrem en els tres criteris de l'ESS claus del vincle entre CCC i ESS (proximitat, comerç just i intercooperació), ens adonem que, mentre els dos primers es compleixen amb un nivell superior al 70%, tant en organitzacions amb persones alliberades com voluntàries, en el cas de la intercooperació (clau per al creixement del Mercat Social, Garcia, 2002; Fernández i Miró, 2016; Suriñach, 2017) té una rellevància significativament diferencial entre ambdues: 84% en organitzacions amb persones alliberades, respecte al 42% de les voluntàries. Per tant, trobem aquí un nou indicador que reforça la presència de persones alliberades per a l'expansió d'un consum basat en els valors de l'ESS. Aquest aspecte és especialment rellevant perquè els grups que funcionen amb alliberades no tenen topall definit de creixement, com és el

cas de la majoria que funcionen només a través de la tasca voluntària dels seus membres. D'altra banda, cal assenyalar que la presència d'intermediaris no debilita la potenciació del Mercat Social, ja que un 71,42% de les organitzacions estudiades que gestionen entre productors i consumidors pertanyen també a l'ESS.

Un aspecte clau de la definició dels grups i cooperatives de consum agroecològics, a diferència de les organitzacions mercantils tradicionals, és la seva capacitat per autogestionar-se, en la línia que apunten Martínez i Álvarez (2008) i Askunze (2013, 2007). Els resultats d'aquesta recerca mostren que l'activitat relacional de consum que realitzen aquestes organitzacions (el 91,2% d'elles només a través de la tasca voluntària de les persones que en formen part) és amb productors i intermediaris. En tot cas, el grup minoritari d'organitzacions, les que tenen persones alliberades (8,8%) compten amb un nombre major de membres (71,5% de mitjana, respecte al 28,8% dels grups que no tenen alliberades). Per tant, podem concloure que les organitzacions que funcionen amb persones alliberades tenen un potencial més ampli, en relació al nombre de consumidors, que les que funcionen només a través de la tasca de voluntàries. **En resum, sense ser concloents, ja que poden haver-hi altres factors socioculturals i històrics que ens exigeixen ser cautelosos a l'hora d'extrapolar els resultats, les dades obtingudes en aquesta recerca ens apunten clarament que els grups amb persones alliberades tenen una capacitat per escalar l'impacte del cooperativisme agroecològic més evident que les que només funcionen amb voluntàries.**

En el marc teòric hem observat el component polític del consum cooperatiu agroecològic, en tant que moviment social i polític alternatiu al derivat de la lògica capitalista Laville (2009), Coraggio (2009), Arruda (2005, 2004) i Guerra (2009). En el cas de les organitzacions estudiades, veiem com els índexs de participació en Moviments Socials a nivell de grup són baixos i a nivell individual alts. Tot i això, com recullen algunes de les persones dels grups entrevistades, **el període del moviment 15M va ser un procés d'autoafirmació de la seva condició d'activistes i una fase òptima per explicar els valors i el funcionament de l'organització a altres veïns i veïnes del barri, millorant, en aquest cas, l'arrelament amb l'entorn més proper.**

Així doncs, **el resultat de la investigació aniria en la línia de corroborar el supòsit que el cooperativisme té un fort component d'activisme.** Això aniria en concordança amb el que exposen Cantijoch (2009), Christensen (2011), Anduiza et al. (2014) o Peña-López et al. (2014) quan parlen d'una forta (fins i tot creixent) tendència de la ciutadania cap a les pràctiques extrarepresentatives o

extrainstitucionals a l'hora de prendre part en accions de participació política o d'activisme ciutadà.

D'altra banda, tot i la caracterització entre cooperatives tradicionals, en xarxa i activistes, ens aventurarem a dir que la seva vinculació amb el 15M ha de ser, per tant, deguda a una variable exògena a la cooperativa, depenent d'un factor no recollit, molt probablement individual i no consubstancial al cooperativisme de consum.

De nou, allò que coneixem de les pràctiques de les «noves» cooperatives (per distingir-les de les tradicionals dels segles XIX i XX) torna a reforçar aquest activisme cooperativista, fortament arrelat al factor urbà (Nel·lo, 2015) i a partir del qual es forja una ciutat presa no ja únicament com a espai geogràfic, estrictament, en termes de residència, sinó com un espai d'innovació social (Blanco et al., 2015), de creació d'identitat, alhora que instrument (Corsín i Estalella, 2014) o, fins i tot, de lluita (Dalmau i Miró, 2010).

El fet que aquest activisme sigui encara tímid, a nivell grupal, pel que fa a vinculació directa del col·lectiu (la meitat dels casos), creiem que reforça la hipòtesi de la tensió que viuen avui dia moltes institucions de la tecnopolítica: primer, que la pulsio per una participació extrarepresentativa o extrainstitucional és forta; segon, que la persona activista tecnopolítica veu en el cooperativisme no una plataforma per a l'activisme, sinó un fi en si mateix. És a dir, no acudeix a la cooperativa —com no acudeix al partit o al sindicat o a l'ONG— per poder assolir altres fins polítics, sinó que la seva participació activa en el cooperativisme és en sí l'acció tecnopolítica.

D'altra banda, les cooperatives i grups de consum formen part de les pràctiques que promocionen els CCC, basats en la desintermediació i el consum de productes de proximitat i en què la seva producció i comercialització generen el menor impacte ambiental possible; és a dir, criteris que inclou l'Economia Social i Solidària. Atès que les tipologies que ofereixen els CCC són diverses: botigues especialitzades, venda en mercat, venda directa a domicili, sistemes d'apadrinament..., però no contempen la compra col·lectiva, autogestionada i amb un sistema de governança assembleària, podem afirmar, amb els resultats d'aquesta investigació, que les cooperatives i grups de consum agroalimentari fomenten un consum basat en els CCC i, al mateix temps, en el foment de l'activisme social i polític.

En relació a l'ús de les TIC, més enllà de l'operativa per a la gestió de la comanda i la comunicació de l'activitat de l'organització, en la hipòtesi plantejàvem la seva rellevància en l'acció política. **En funció dels resultats obtinguts, concloem que la tecnologia és un element determinant, tant en la funció organitzativa**

interna i en la relació amb els proveïdors, com en el paper d'instrument facilitador de l'acció activista d'aquelles persones que configuren les cooperatives i grups de consum. Aquesta observació, sumada als resultats de l'informe de la Mobile World Capital (2016), permeten determinar que hi ha una correlació entre aquelles persones que, independentment de la seva edat, pertanyen a una cooperativa, participen en Moviments Socials i utilitzen les TIC per a això. Tenint en compte que les cooperatives de consum són organitzacions intrageneracionals, sembla que, a part de fomentar la tecnopolítica en tots els segments d'edat, també ajuden a que l'accés a l'ús de les TIC sigui un element més d'inclusió.

Un punt essencial de la nostra hipòtesi de treball és avaluar el paper de les TIC a partir de la possibilitat d'escalar el consum agroecològic cooperatiu i el desenvolupament de plataformes de cooperativa en el marc del procomú digital (Scholz, 2016; Fuster et al., 2015).

Un primer aspecte a destacar és la valoració positiva que les cooperatives i grups de consum fan de l'ús de la tecnologia (7,7). Aquesta significació no és global, sinó que **l'impacte de les TIC se centra en l'operativa del grup** (82% d'ús en la realització de la comanda), més que en la difusió de la seva activitat i/o dels valors associats (només el 56,1% d'elles té presència a les plataformes de xarxes socials). En aquest cas, no observem diferències entre organitzacions amb o sense persones alliberades. Per tant, podem concloure que, en el seu conjunt, es prioritza l'ús de les TIC com a instrument per a l'operativa de l'entitat més que per a la difusió de continguts.

En aquest mateix sentit, en la presentació de resultats hem observat que les correlacions de variables que hem realitzat (nombre d'Unitats Familiars, consum de proximitat, consum de comerç just, capacitat d'intercooperar, participació de persones alliberades, proveïdores o intermediàries, ús de les TIC i ús de xarxes socials) no ens donen xifres concloents, però ens permeten observar que, a més nombre d'Unitats Familiars, l'obertura de l'organització creix, probablement perquè el capital social dels membres augmenta i creix també la probabilitat de que hi hagi membres amb connexions o contactes en altres organitzacions. De la mateixa manera, sembla que les persones alliberades poden ajudar a establir més cooperació amb altres organitzacions. En tot cas, sembla evident que l'organització en xarxa de les cooperatives i grups de consum correspon a una xarxa oberta i difusa (Wellman, 1997). En aquest sentit, les entrevistes de camp corroboren aquest aspecte ja que, excepte en alguns casos molt concrets, com en el de la Coordinadora de Cooperatives del Poblenou (a través de la qual els grups del barri organitzen activitats o comandes conjuntes, d'alguns productes concrets) o alguns grups que articulen part de la seva oferta a través d'una

cooperativa de segon grau (com per exemple, Quèviure), les cooperatives manifesten un nivell de relació esporàdic entre elles. El fet que les dues organitzacions intermediàries més rellevants, les cooperatives de segon grau Quèviure i Món Verd, ocupin un nivell de centralitat baix a l'anàlisi de xarxes (30a i 43a posició, respectivament), també en significa la seva moderada influència actual com a agents intercooperadors.

En resum, podem concloure que, a diferència d'altres alternatives de consum vinculades a la promoció del producte de proximitat, on la tecnologia és un element vertebrador del seu funcionament —com són els Ruscs (Espelt et al., 2017)—, els grups i cooperatives de consum amplifiquen els valors de l'ESS i, per tant, la capacitat de reforçar el Mercat Social a través de l'autogestió, especialment, si participen persones alliberades. En tot cas, **les TIC se signifiquen com un element rellevant en l'articulació del funcionament dels grups de consum agroecològic i, d'aquesta manera, representen un actiu essencial en l'amplificació dels Circuits Curts de Comercialització (CCC) i l'ESS autogestionada.**

A l'hora d'avaluar la tipologia de tecnologia utilitzada i la seva correspondència amb el procomú digital (Fuster et al., 2015), ens adonem de la distància que hi ha entre els valors que promou el cooperativisme agroecològic i les eines amb més ús. Així, els serveis oferts per Google —programari de llicència propietària— són els més estesos entre els col·lectius estudiats, ja que més de la meitat d'ells en són usuaris.

El desenvolupament de programari de codi obert i lliure (FLOSS) ha tingut al llarg dels anys de cooperativisme agroecològic un recorregut limitat. S'han creat solucions que només s'han aplicat en un grup (El Bròquil del Gòtic), altres que han tingut algunes rèpliques (L'Aixada o Aplicoop) i només una —i en fase d'implantació— amb caràcter de plataforma cooperativa (Katuma). El fet que dos dels programaris desenvolupats, a partir de la mateixa iniciativa dels grups, no tinguin una llicència determinada reforça —inclús en els col·lectius més sensibles— la distància encara existent entre l'ESS i el procomú digital. Per aquest motiu, és molt rellevant el rol que pot jugar a partir d'ara la cooperativa de plataforma Katuma que s'articula sobre les qualitats democràtiques de l'economia col·laborativa (Fuster i Espelt, 2018a). És a dir, Katuma a més d'utilitzar les TIC com a un potencial instrument per a l'escalabilitat de l'activitat cooperativa (Scholz, 2016), ho fa basant-se en un cooperativisme obert (Bauwens, 2017) articulats a través dels comuns digitals (Fuster 2011).

Si la valoració la realitzem en relació a les TIC com a un instrument de difusió de l'activitat de les cooperatives i el model de consum que defensen, ens trobem

amb una realitat contraposada. Per una banda, l'opció més estesa és la d'una eina de codi lliure (Wordpress), però el seu ús és molt baix, gairebé la meitat de les organitzacions no han publicat cap contingut nou en el darrer any i només una cinquena part ha actualitzat en la darrera setmana o en el darrer mes. És a dir, **malgrat que les eines per comunicar l'activitat del grup són afins als valors del procomú digital, el seu ús és molt baix**. El fet que només tres grups esmentin la llicència de publicació dels continguts web —dos d'ells en llicència oberta— reforça la distància amb els valors del procomú digital que manifestem també en el cas de l'eina de gestió.

En resum, respecte a la primera de les subhipòtesis, corroborem que les cooperatives de consum agroecològic adopten les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) per facilitar la relació en xarxa entre productors i cooperatives, transformant el model organitzatiu en cooperatives de consum agroecològic de plataforma que proposa Scholz (2016). En relació a la segona de les subhipòtesis, corroborem que l'adopció per part de les cooperatives de consum agroecològic de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) es fa parcialment basant-se en els comuns digitals. Així mateix, es corrobora que l'ús de les TIC reforça la intercooperació agroecològica que resulta del consum de proximitat desintermediat dels Circuits Curts de Comercialització (CCC), en el marc de valors de l'Economia Social i Solidària (ESS) i la participació en els Moviments Socials (MMSS). Per tant, i retornant a la nostra hipòtesi principal, podem afirmar que, malgrat que per coherència amb els valors cooperatius, l'adopció de les TIC per part de les cooperatives i grups de consum agroecològic s'ha de fomentar basant-se en els comuns digitals, només hi ha una part de la població d'estudi que utilitza les TIC amb aquesta lògica. Al mateix temps, es constata un impacte positiu de l'ús de les TIC per a la intercooperació agroecològica.

En definitiva, la nostra investigació mostra la transformació de les cooperatives de consum agroecològic tradicionals, fruit de l'impacte de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació que provoca la reformulació del seu model organitzacional i de relació amb la resta d'agents —productors i proveïdors— que articulen la xarxa de consum agroecològic, sota la lògica de la Societat Xarxa. Aquesta nova formulació té tres diferències significatives respecte als models tradicionals dels segles XIX i XX. Per una banda, la tecnificació de la gestió i la comunicació poden afavorir l'escalabilitat i reproductibilitat del model. Per una altra, es crea un cercle virtuós en l'esfera dels valors, atès que la tecnologia utilitzada, basada en el procomú digital, obeeix als mateixos objectius socials que la mateixa missió fundacional de les cooperatives i els grups de consum. I, per últim, la tecnologia i el model de xarxa resultant també les acosta a altres

organitzacions i xarxes d'activisme polític, amb les quals s'interrelacionen, hi col·laboren i es fonen en una xarxa de xarxes tecnopolítica on les institucions i l'activisme individual veuen difuses les seves fronteres. Per tot això, a aquest nou tipus d'organitzacions les anomenem cooperatives de consum agroecològic de plataforma.

11.2 Limitacions de la recerca

Una primera limitació, **fruit de la mateixa novetat de l'àmbit de coneixement on hem focalitzat la recerca, és la dificultat per identificar investigacions prèvies que defineixin una metodologia que se situï en l'encaix entre el cooperativisme agroecològic i el cooperativisme de plataforma.** La definició de la nostra metodologia s'ha fonamentat en investigacions que relacionen el cooperativisme i l'ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació, ja que no hem identificat recerques específiques que relacionessin el cooperativisme de consum agroecològic i el cooperativisme de plataforma. D'altra banda, com hem indicat a la metodologia, a l'hora d'estudiar l'impacte del cooperativisme, és rellevant tenir en compte l'àmbit territorial, ja que hi ha aspectes particulars de caràcter socioeconòmic i històric que condicionen el seu desenvolupament i la seva implantació.

Un segon element a considerar és **l'impacte de la nostra població d'estudi en el conjunt de la població** (en aquest cas, barcelonina). Estem parlant del consum d'unes 4.500 persones que si bé ajuden a l'expansió de l'alimentació ecològica a la ciutat, ho fan des d'un espai, el cooperativisme agroecològic, —actualment— minoritari. De totes maneres, sí que creiem que la població d'estudi de Barcelona és representativa de la caracterització d'aquest model de consum a Catalunya i, amb algunes peculiaritats específiques, arreu.

Una altra limitació evident és deguda a la mateixa identificació de la població d'estudi. El caràcter al·legal d'algunes de les organitzacions, sense forma jurídica, provoca que, malgrat realitzar un treball de camp intens per identificar organitzacions no mapejades, es produeixi **l'omissió d'algun col·lectiu de la ciutat en la definició de la població d'estudi.** En aquest mateix sentit, tot i que s'ha fet un esforç per actualitzar les dades i els estudis sorgits fins al moment de tancar aquest projecte, el procés de transformació permanent de les nostres organitzacions fa que les dades publicades tinguin una validesa finita.

Un tercer aspecte rau en la mateixa **limitació territorial.** Com s'ha fet evident, el cooperativisme agroecològic té presència en el conjunt del territori català. Tal com argumentem en la introducció, la delimitació territorial és conseqüència d'observar una massa de població més àmplia en l'àmbit urbà i, en especial, a la

ciutat de Barcelona. En tot cas, una investigació més àmplia, fins i tot superant els límits territorials de Catalunya, podria aportar unes conclusions més fermes. Per exemple, durant la investigació hem identificat altres models de cooperatives que tenen algunes tasques professionalitzades i espais de comercialització a persones no associades (amb condicions de compra diferents). És probable que una investigació vers les cooperatives que tenen tasques professionalitzades reforçés la rellevància de les TIC a l'hora de facilitar l'escalabilitat i sostenibilitat del model.

En aquest mateix sentit, cal dir que, així com l'avaluació detallada de les respostes al qüestionari dels quinze indicadors del Pam a Pam que contemplen els tres àmbits d'impacte (social, ambiental i organitzatiu) han mostrat que les cooperatives i grups de consum agroalimentari els compleixen en totes les seves dimensions, només una entitat, la cooperativa de L'Economat Social, ha realitzat el Balanç Social de la XES. Òbviament, si el nombre d'organitzacions d'aquest estudi que realitzen aquest exercici de transparència de la seva activitat econòmica fos més elevat, l'anàlisi seria més acurada i les conclusions —especialment respecte al seu balanç econòmic— serien més extrapolables.

Per tots aquests motius i per reduir l'impacte d'aquestes limitacions en els resultats de la investigació, els 57 grups i cooperatives de consum identificats, independentment de la seva caracterització, han estat tractats com a mostra de treball; i, també, s'ha realitzat una aproximació a l'objecte d'estudi a partir dels llaços de confiança que s'han configurat durant el mateix procés de desenvolupament del projecte. És a dir, les entrevistes als grups i cooperatives que conformen la mostra es realitzen cronològicament a partir dels contactes i relacions que s'estableixen en el transcurs de l'estudi.

Tot i això, som conscients de les limitacions que ofereix la nostra investigació. Així, en el proper apartat apuntem una sèrie de futures recerques a considerar.

11.3 Futures investigacions

Com reflecteixen les limitacions de la recerca, al llarg d'aquest projecte hem observat com l'objecte d'estudi del nostre treball té un caràcter orgànic i complex. Si a aquesta realitat estructural afegim la intensificació del debat —actual— al voltant de l'escalabilitat del cooperativisme agroecològic, podem preveure una sèrie de futures investigacions rellevants per a l'àmbit d'aquest estudi.

Un primer element a valorar és la rèplica de la pròpia metodologia de recerca, en una fase posterior, per tal d'observar **l'evolució de l'impacte de les TIC en les**

cooperatives i grups de consum agroecològics. En aquest sentit, una **ampliació de la metodologia aplicada en aquesta investigació a un àmbit territorial més ampli** —la resta del territori català, per exemple— ens permetria observar la dimensió global de les xarxes de cooperació de proximitat. D'aquesta manera, es podria establir quina és la xarxa de cooperació agroecològica i el seu impacte en els CCC i l'ESS en tot l'àmbit local català, recuperant el plantejament d'una Catalunya capaç d'autoproveïr-se d'aliments (Tuson, 2014) i on la ciutat de Barcelona, pel seu gran volum de consum, actua com a un espai estratègic clau per a l'assoliment d'una Sobirania Alimentària (Llaurant Barcelona, 2016).

Un segon element d'anàlisi, fonamentat en les mateixes limitacions d'aquest projecte, se centra en l'aprofundiment d'alguns aspectes determinants de l'impacte de les TIC en l'àmbit d'aquesta recerca. Aquest és el cas de l'estudi de **la interacció a les plataformes de xarxes socials entre agents (productors, intermediaris i cooperatives)**. Una anàlisi de xarxes socials i plataformes de missatgeria instantània (com Telegram o WhatsApp), amb components més quantitatius, seria més sòlid i, d'una banda, ajudaria a valorar el potencial impacte de les TIC com a instrument relacional de la intercooperació agroecològica i, d'altra, permetria reconèixer patrons de comportament extrapolables.

Un tercer espai de treball rauria en l'**avaluació de les plataformes digitals, a partir dels criteris que s'estan establint per a la configuració del Balanç Procomú**. Aquest instrument, derivat del Balanç Social (eina per avaluar l'evolució del Mercat Social), s'està realitzant —actualment— en la confluència de diferents col·lectius: la Xarxa d'Economia Solidària (XES), el mapa de l'ESS Pam a Pam, el grup de recerca Digital Commons (DIMMONS) i altres agents de l'àmbit del procomú digital. L'avaluació de les plataformes digitals que promouen el consum agroecològic a través del Balanç Procomú permetria definir amb més detall l'encaix entre activitat cooperativa agroecològica i cooperativisme de plataforma. Al mateix temps, serviria per discriminar d'aquesta classificació aquells projectes que, aprofitant el discurs de l'activisme cooperatiu agroecològic, articulen propostes amb afany de lucre i allunyades de l'espai de transformació social que hi ha darrere de l'agroecologia i el cooperativisme.

Un quart aspecte de potencial recerca és **l'extensió de l'encaix entre el moviment procomú digital i el del cooperativisme a altres camps temàtics**. En el marc de la ciutat de Barcelona, i com ja mostra algun estudi previ (Fuster et al., 2017), l'adopció del procomú digital en l'àmbit de l'oferta d'allotjament turístic o el servei de missatgeria, per exemple, oferiria un nou enfocament que ajudaria a revisar l'impacte social que provoquen algunes activitats sustentades en l'economia col·laborativa (com seria el cas d'Airbnb i l'expulsió de veïns i veïnes

dels seus barris a causa de l'ampliació de l'oferta), o les condicions laborals de determinats col·lectius que intermedien a través d'una plataforma digital (aquest seria el cas, per exemple, de les repartidores de Deliveroo i la seva precarització laboral).

Un cinquè espai de potencial recerca es vincula a la possible limitació de l'impacte de les cooperatives de consum agroecològic de plataforma en el conjunt de la població i el paper d'alguns models híbrids que tenen un caràcter més capitalista però cerquen, al mateix temps, una convergència amb els valors del cooperativisme i l'agroecologia. Aquest, per exemple, seria el cas dels Ruscs.

Finalment, un darrer espai de treball seria el que s'exploraria a partir de **l'aplicació d'investigacions de recerca-acció enfocades en l'àmbit de les polítiques públiques**. Aquests projectes, possiblement, no només articularien unes polítiques amb un impacte social més just, sinó que afavoririen un avenç de projectes, com el cas de Katuma tractat en aquesta investigació, o la promoció d'iniciatives per a l'ocupació laboral, com el programa de La Comunicadora, per exemple, impulsat per agents de promoció econòmica al territori, com Barcelona Activa. De fet, l'Ajuntament de Barcelona (2016) defineix una «Estratègia d'impuls de la política alimentària (2016-2017)» que té una voluntat de fomentar polítiques públiques en favor de la Sobirania Alimentària, tal com ja es refereix en l'estudi de recomanacions Llaurent Barcelona (2016).

En qualsevol cas, aquests són uns primers fils de possibles futures recerques —alguns d'ells ja en fase de treball— que segur que, donat el caràcter orgànic que apuntàvem a l'inici d'aquest apartat, tenen un recorregut més ampli del que hem proposat. Per tant, tenim elements per pensar que l'àmbit de treball sobre el qual s'articula aquest projecte és un àmbit d'investigació rellevant en els pròxims anys.

BIBLIOGRAFIA

Ajuntament de Barcelona (2016). Estratègia d'impuls de la política alimentària. Barcelona: Economia Cooperativa, Social i Solidària i Consum, Ajuntament de Barcelona. Disponible a:
<http://ajuntament.barcelona.cat/omic/sites/default/files/arxiu/eipa_web.pdf>

Algarra Bascón, D. (2015). *El comú català. La història dels que no surten a la història*. Vilanova del Camí: Potlatch Edicions.

Altieri, M. A. (2002). Agroecología: principios y estrategias para diseñar sistemas agrarios sustentables. *SARANDON, SJ Agroecología: el camino hacia una agricultura sustentable*. Buenos Aires–La Plata, 49-56. Disponible a:
<<http://agroeco.org/wp-content/uploads/2010/10/cap2-Altieri.pdf>>

Anduiza, E., Cristancho, C., & Sabucedo, J. M. (2014). Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(6), 750-764. Londres: Routledge.

Algar, R., (2007). Collaborative Consumption. *Leisure Report*, 16-17.

Arruda, M. (2004). L'è emancipació del treball humà. *Nexe, quaderns d'autogestió i economia cooperativa*, 14, 113-123. Disponible a:
<<http://nexe.coop/nexe/images/stories/PDF/nexe14.pdf>>

Arruda, M. (2004). Solidarity Economy and the Rebirth of a Matristic Human Society. In *panel Towards People's Economy: Realities and Strategies from Local to Global, World Social Forum, Mumbai, India, Gener (Vol. 20)*.

Askunze, C. (2007). Economía solidaria. *Publicat a: G. Celorio y A. López de Muniain (Coords.): Diccionario de Educación para el desarrollo*, 107-113. Bilbao: Ed. Hegoa.

Askunze, C. (2013). Más allá del capitalismo: alternativas desde la Economía Solidaria. *Documentación social*, (168), 91-116. Disponible a:
<http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-3081_es.html>

Badal, M., Binimelis, R., Gamboa, G., Heras, M., & Tendero, G. (2011). Arran de terra. Indicadors participatius de Sobirania Alimentària a Catalunya. *Resum de l'informe. Associació Entrepobles & Institut d'Economia Ecològica i Ecologia Política*. Barcelona: El Tinter, SAL. Disponible a
<https://asapcatalunya.files.wordpress.com/2011/03/arran_de_terra_vf.pdf>

Batalla Adam, L. (2014, February). Citizen participation in Spain after 15-M: a turning point in Spain's political culture. In *20th New Faces Conference: Citizenship and Political Participation in the Mediterranean Region*. 27 de febrer - 2 de Març, 2014. Istanbul: EUMEF.

Bauwens, M., & Kostakis, V. (2015). Towards a new reconfiguration among the state, civil society and the market. *Journal of Peer Production*, 7, 1-6. Disponible a: <<http://peerproduction.net/issues/issue-7-policies-for-the-commons/peer-reviewed-papers/towards-a-new-reconfiguration-among-the-state-civil-society-and-the-market/>>

Bauwens, M. (3.07.2014). Cooperativismo abierto para la era del P2P. Guerrilla Translation. Disponible a: <<http://www.guerrillatranslation.es/2014/07/03/cooperativismo-abierto-para-la-era-p2p/>>

Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven: Yale University Press.

Binimelis, R., i Descombes, C. A. (2010). Comercialització en Circuits Curts. Caracterització i Tipologia. Manresa: Escola Agrària de Manresa i Verloc.

Blanco, I., Cruz, H. i Martínez, R. (2015). Barris desfavorits davant la crisi: segregació urbana, innovació social i capacitat cívica.[en línia] Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Recercaixa. Disponible a: <<https://barrisicrisi.wordpress.com/>>

Bollier, D., i Helfrich, S. (Eds.). (2014). *The wealth of the commons: A world beyond market and state*. Levellers Press.

Botsman, R., i Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. NYC: HaperBusiness.

Boyle, J. (2008). *The public domain: Enclosing the commons of the mind*. New Haven, Londres: Yale University Press.

Bru, M. (2010). Pagesos sense senyors. Autogestió i lògica econòmica camperola a Europa occidental entre la fi de l'Imperi romà i la consolidació del feudalisme (segles VI-XI). Conferència a Sant Celoni, abril del 2010. Disponible a: <<https://vimeo.com/22612011>>

Codagnone, C., Biagi, F., & Abadie, F. (2016) The Passions and the Interests: Unpacking the 'Sharing Economy'. *Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report 2016*. Disponible a:
<<http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101279/jrc101279.pdf>>

Collado, Á. C., i Casadevente, J. L. (2015). Economías sociales y economías para los Bienes Comunes. *Otra Economía*, 9(16), 44-68.
Disponible a:
<http://www.economiasolidaria.org/documentos/economias_sociales_y_economias_para_los_bienes_comunes>

Cantijoch, M. (2009). Reinforcement and mobilization: the influence of the Internet on different types of political participation. En el seminari Citizen Politics: Are the New Media Reshaping Political Engagement?, Barcelona, 28-30 de maig de 2009. Barcelona: IGOP.

Castells, M. (1997). *La era de la información. Tomo 1: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.

Castells, M. (2013). *Communication power*. OUP Oxford.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.

Chaves, R., Monzón, J. L., i Moreno, A. S. (2003). *Elementos de economía social: teoría y realidad*. Universitat de València, Unidad de Economía Social y Cooperativa.

Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means?. *First Monday*, 16(2). Disponible a:
<<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3336/2767>>

Colau, A., i Alemany, A. (2013). *¡Sí se puede!: crónica de una pequeña gran victoria*. Grupo Planeta España.

Comité económico y social europeo (2014). Dictamen 2014/C 177/01 sobre Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI. Disponible a:
<<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52013IE2788>>

Comité national de liaison des activités mutualistes, coopératives et associatives (1980). Charte de l'économie sociale. Disponible a:
<http://www.cress-pdl.org/uploads/charte_1980_ess.pdf>

Comissió Europea (2016). Una Agenda Europea para la economía colaborativa. Disponible a:
<<http://ec.europa.eu/docsroom/documents/16881/attachments/2/translations/es/renditions/pdf>>

Como, E., Mathis, A., Tognetti, M. i Rapisardi, A. (2016). Cooperative platforms in European landscape: an exploratory study. A *ISIRC Conference, Glasgow, Setembre*, 1-35. Disponible a:
<<https://coopseurope.coop/resources/news/collaborative-economy-opportunity-cooperatives-new-study-released>>.

Conill, J., Cárdenas, A., Castells, M., Hlebik, S., & Servon, L. (2012). *Otra vida es posible. Practicas económicas alternativas durante la crisis (inclou DVD)* (Vol. 9). Barcelona: Editorial UOC.

Coraggio, J.L (2009). Economía del Trabajo. Versió revisada i ampliada del treball del mateix nom publicat: *La otra Economía*, Cattani, A. D , Coraggio, J.L i Laville, J.L (Coords.). Buenos Aires: UNGS/ALTAMIRA/CLAACSO.
Disponible a:
<http://coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Economia_Del_Trabajo_2009.doc>

Coraggio, J.L (2011). Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital. Acosta, A. y Martínez, E. (Editores). Quito: Abya Yala: Quito. Disponible a:
<<http://coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf>>

Corsin, A., i Estalella, A. (2014). Assembling neighbours: The city as archive, hardware, method. *Common Knowledge*, 20(1), 150-171. Durham: Duke University Press.

Crespo, B. i Sabín, F., (2014). Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Documentación social*, (174), 95-116. Logroño: Fundación Dialnet.
Disponible en:
<<http://www.economiasolidaria.org/files/Los%20mercados%20sociales.pdf>>

Cruz, I. (2017). Así son las 'startups' unicornio del momento. BBVA. Disponible a:
<<https://www.bbva.com/es/asi-startups-unicornio-momento/>>

Dalmau, M. i Miró, I. (2010). *Les cooperatives obreres de Sants. Autogestió proletària en un barri de Barcelona (1870-1939)*. Barcelona: La ciutat invisible.

DARPA (2016). Informe de la indústria, la distribució i el consum agroalimentaris a Catalunya 2013, Avanç 2014 i 2015, 22. Generalitat de Catalunya: Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Disponible a:
<http://agricultura.gencat.cat/web/.content/de_departament/de10_publicacions_dar/de10_b01_06_anuaris_sectorials_iaa/documents/fitxers-binariis/2013_estudi-IAA_2014-15.pdf>

DARPA (2017). Informe de la indústria, la distribució i el consum agroalimentaris a Catalunya 2014, Avanç 2015 i 2016, 22. Generalitat de Catalunya: Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Disponible a:
<http://agricultura.gencat.cat/ca/departament/dar_publicacions/dar_publicacions_periodiques/dar_anuaris/dar_anuaris_sectorials/informes-industria-consum-agroalimentaris-catalunya/any-2014/>

De La Calle, A. i Rosado, B. (2014). Cambios económicos y jurídicos. En un contexto de crisis. *Publicia*, 182-183. Disponible a:
<<https://docs.google.com/file/d/0By4TpJ5Yh1loTVc2dnpmUzJGdkk/edit>>

De Rivera, J., Gordo, Á., Cassidy, P., i Apesteguía, A. (2017). A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms' user interface and design. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 11-27.

Diez, T. (2017). La distribución masiva de todo. *El ecosistema de la democracia abierta*. Barcelona: apps4citizens i Democracia Abierta. Disponible a:
<<https://drive.google.com/file/d/0B8jMJQCvt2qmQjdMTnM0eEo1LTg/view>>

Duch, G. i Soler, C. (25 de novembre de 2015). Porcs, pagesia catalana i sobirania alimentària. Crític. Disponible a:
<<http://www.elcritic.cat/actualitat/porcs-pagesia-catalana-i-sobirania-alimentaria-6877>>

Dunajcsik (maxigas), P. (2015). Peer Production of Open Hardware: Unfinished Artefacts and Architectures in the Hackerspaces. Barcelona: UOC.

Echeverría, J. (1999). *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.

El Referente (2015). No se puede pretender incentivar el emprendimiento mientras se mantienen unas cuotas de autónomo tan elevadas. Disponible a: <<http://www.elreferente.es/gastronomicos/marc-raulin-emprededor-fundador-la-colmena-que-dice-si-28270> >

Espelt, R. (2011). Les comunitats rurals catalanes davant el nou escenari de la Societat de la Informació i el Coneixement, el cas de la Conca de Barberà. Treball final del Màster de la Societat de la Informació i el Coneixement (UOC).

Espelt, R. (2013). From local food movement actions to public policies. A new approach to rural food consumption in the era of digital revolution. A la International conference CANAL2013 – Circulation and adoption of local action standards and models. Montpellier: Agropolis.

Espelt, R., i Losantos, P. (2013). Agro-food consumption patterns to favour social and economical resilience. *Rural resilience and vulnerability: The rural as locus of solidarity and conflict in times of crisis*, 173-174. Pisa: Laboratorio di studi rurali SISMONDI.

Espelt, R., Peña-López, I., Losantos, P., Rodríguez, E., Martín, T., i Pons, F. (2015). Mapping agro-food consumption groups in the city of Barcelona. *M. Kohe, A. Koutsouris, RB Larsen, D. Maye, E. Noe, T. Oedl-Wieser, L. Philip, P. Pospěch, ED Rasch, MJ Rivera, M. Schermer, S. Shortall, P. Starosta, S. Sumane, R. Wilkie & M. Woods.*, 37. Proceedings of the XXVI ESRS Congress. Aberdeen: The James Hutton Institute.

Espelt, R., Peña-López, I., i Rodríguez, E. (2016). Activismo desde el consumo cooperativo de productos agroalimentarios: ¿Economía alternativa o tecnopolítica?. *Building a European digital space*, 560-581. Barcelona: UOC-Huygens Editorial.

Espelt, R., Peña-López, I., i Vega, N. (2017). Plataformas digitales: grupos y cooperativas de consumo versus La Colmena que dice sí, el caso de Barcelona. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, (15), 144-174. Sevilla: Grupo interdisciplinario de estudios en comunicación, política y cambio social.

Espelt, R., Peña-López, I., Miralbell, O., Martín, T. i Vega, N., (2017). TIC i cooperativisme agroecològic: promoció dels Circuits Curts de Comercialització en el marc de l'Economia Social i Solidària. Inèdit.

Fernández, A. E., Rocha, J., & Lafuente, A. (2013). Laboratorios de procomún: experimentación, recursividad y activismo. *Teknokultura*, 10(1), 21-48. Madrid: Complutense Ediciones.

Estivill, J. (2015). El asociacionismo vector de la economía solidaria. *Asociarse para el bien común. Tercer Sector, Economía Social y Economía Solidaria*. Barcelona: Editorial Icaria.

FAO (1997). El estado mundial de la agricultura y la alimentación 1997. *Col·lecció FAO, Agricultura* (30). Roma: FAO. Disponible a:
<<http://www.fao.org/docrep/w5800s/w5800s12.htm>>

Fernández, A. i Miró, I. (2016). L'Economia Social i Solidària a Barcelona. Barcelona: La ciutat invisible. Disponible a:
<http://www.laciutatinvisible.coop/wp-content/uploads/2016/02/essb_def3.pdf>

Ferrer i Alòs, Ll. (2009). *La Catalunya rural, abans i ara*. Barcelona: Saga Editorial.

Finkel, L., i Gordo, Á. (2013). Investigating Digital Social Networks: A Methodological Approach for Identifying Women Inclusion in Commercial Branding. World Social Science Forum. Social Transformations and the Digital Age. In *World Social Science Forum. Social Transformations and the Digital Age*. Montreal, Canada, October.

Flint, C., i Taylor, P. (2007). *Political geography: World-economy, nation-state, and locality*. Pearson education.

Fuster, M. (2010). Governance of online creation communities. Provision of infrastructure for the building of digital commons (Tesi doctoral) Disponible a:
<http://www.onlinecreation.info/wp-content/uploads/2007/12/final_final_mayo_fustermorell_spssthesisaugust2010_final_vere280a6.pdf>

Fuster, M. (2012). The free culture and 15M movements in Spain: Composition, social networks and synergies. *Social Movement Studies*, 11(3-4), 386-392.

Fuster, M., Subirats, J., Berlinguer, M., Martínez, R. i Salncedo, J. (2015). *Procomún digital y cultura libre. ¿Hacia un cambio de época?*. Barcelona: Icaria Editorial.

Fuster, M., (2015). Introducción. *La riqueza de las redes*. Barcelona: Icaria Editorial.

Fuster, M., (2016). Cooperativismo de plataforma: remover la economía colaborativa para un futuro sostenible. *Nexe, Quaderns d'Autogestió i Economia Cooperativa*, (39), Barcelona: Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya.

Fuster, M; Carballa Smichowski, B; Smorto, G; Espelt, R; Imperatore, P; Rebordosa, M; Rocas, M; Rodríguez, N; Senabre, E. i Ciurcina, M. (2017). Analytical framework of the democratic and procommons qualities of collaborative economy organizations. Decode project. Disponible a: <<https://www.decodeproject.eu/publications/multidisciplinary-framework-commons-collaborative-economy>>

Fuster, M. i Espelt, R. (2017). Platform Cooperativism Holistic Characterization and Delimitation: 10 Cases of Barcelona Ecosystem. *SASE 2017 Mini-conference: Re-embedding the Social: Cooperatives, Political Consumerism and Alternative Lifestyles*. Lió, 29 de juny - 1 de juliol de 2017.

Fuster, M. i Espelt, R. (2018a). *A Framework for Assessing Democratic Qualities in Collaborative Economy Platforms: Analysis of 10 Cases in Barcelona*. Special issue Sharing Cities Shaping Cities Research. 4 June 2018. Milan, Italy. Urban Science (ISSN 2413-8851).

Fuster, M. Espelt, R. (2018b). How much are digital platforms based on open collaboration? An analysis of technological and knowledge practices and their implications for the platform governance of a sample of 100 cases of collaborative platforms in Barcelona. *OpenSym 2018*, París, 22 i 24 d'agost de 2018

Espelt, R. i Fuster, M. (2018). *Quina relació hi ha entre el model econòmic d'una plataforma d'economia col·laborativa i la seva governança?*. 3r Congrés d'Economia i Empresa de Catalunya: Cap a un model eficient i equitatiu. Barcelona, 17 de maig de 2018. Disponible a: <https://www.scipedia.com/public/Espelt_2018a>

Gaiger, L.I.Cattani, A.D., Laville, J.L., i Hespanha, P. (2009). Dicionário internacional da outra economia. Coimbra: Almedina, 345.

Garcés, M., (2014). Nova economia, nova política. (Una interpel·lació, una alerta, una inquietud i un repte). Intervenció de la Fira d'Economia Solidària de Catalunya, amb Ada Colau i David Fernández, el 24 de octubre de 2014.

Garcia, A. (2015). 5 puntos de encuentro entre la Economía Colaborativa y la Economía Social y Solidaria. *Ouishare Magazine*. Disponible a: <<http://magazine.ouishare.net/es/2015/12/5-espacios-de-encuentro-entre-la-economia-colaborativa-y-la-economia-social-y-solidaria/>>.

Garcia, J. (2012). Objectiu: mercat social. *Autogestión y Economía Solidaria*. REAS – Red de Economía Alternativa y Solidaria de Euskadi. *Ekonomia Solidarioaren Paperak*, núm. 12, desembre de 2012.

Garcia, J. (2002). Objectiu: mercat social. *Nexe*, núm. 9, gener de 2002. Disponible a: <<https://demarcacions.escoltesiguies.cat/documents/mercat-social.pdf>>

Generalitat de Catalunya i Institut d'Estudis Catalans (2016). Tercer Informe sobre el canvi climàtic a Catalunya. Disponible a: <http://cads.gencat.cat/web/.content/Documents/Publicacions/tercer-informe-sobre-canvi-climatic-catalunya/TERCER_INFORME_CANVI_CLIMATIC_web.pdf>

Glasner, J. (1 de juny de 2017). The state of the Unicorn. Crunchbase. Disponible a: <<https://about.crunchbase.com/news/the-state-of-the-unicorn/>>

Gordo López, A.; Finkel, L., i Guarino, A. (2013). La investigación en las redes sociales: una propuesta metodológica. *Crisis y Cambio: Propuestas desde la Sociología*. Disponible a: <https://www.researchgate.net/publication/275098361_La_investigacion_en_redes_sociales_una_propuesta_metodologica>

Gordo, A., & De Rivera, J. (2015). The Triple Impact Assessment of P2P Collaborative Consumption in Europe. In *Research Report, amb la col·laboració de María Avizanda (Desk Research & Delphi Study Research Assistant)*. Madrid: Cibersomosaguas Universidad Complutense.

Gordo López, A., De Rivera, J. i Cassidy, P. (2017). La economía colaborativa y sus impactos sociales en la era del capitalismo digital. In *Ciberpolítica: Gobierno abierto, redes, deliberación, democracia*, 189-208. Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).

Grandjean, M. (1 de juliol de 2013). Introduction to Network Visualization with Gephi. Disponible a: <<http://www.martingrandjean.ch/introduction-to-network-visualization-gephi/>>

Deere, J. (2008) Las corporaciones siguen especulando con el hambre. *ADM (EE. UU.)*, 2, 17.

Guerra, P. (2009). La economía de solidaridad. O la vuelta de los valores sociales a la economía. *Cultura para la esperanza: instrumento de análisis de la realidad*, (74),

27-32. Disponible a:

<<http://www.accionculturalcristiana.org/html/revista/r74/cpe74.pdf>>

Guerra, P. (2014) Economía Solidaria y empresas híbridas en el marco de una economía plural. Génesis y desarrollo en la construcción de categorías analíticas. *Cuadernos de RSO*. Vol. 3. Núm. 2 2014 (11-30)

Disponible a: <http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-4117_es.html>

Hardt, H. i Negri, A. (2009). *Commonwealth*. Cambridge: Harvard University Press.

Harvey, D. (2012). *Rebel Cities. From the Right to the City to the Urban Revolution*. Londres, Nueva York: Verso.

Hernández, E. (30 de juny 2015). Gig economy: el empleo actual desaparecerá y esto es lo que vendrá a sustituirlo. *El Confidencial*. Sección «Alma, corazón, vida».

Hintze, S. (2010). La política es un arma cargada de futuro. La economía social y solidaria en Brasil y Venezuela. *Reflex: revista de análisis, reflexión y debates en ciencia política es una publicación*, 92, Buenos Aires: CICCUS. Disponible a: <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20120418030248/hintze.pdf>>

Hoffman, B. (2013). *Behind the Brands: Food justice and the 'Big 10' food and beverage companies* (Vol. 166). Oxfam. Disponible a: <https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp166-behind-the-brands-260213-es_2.pdf>

Hopkins, R. i Pinkerton, T. (2009). *Local Food. How to make it happen in your community*. Totnes: Transition Books, Green Books.

Huerta, A. i Ponce, E. (2010) Els grups i les cooperatives de consum ecològic a Catalunya. Barcelona: FCCUC.

Jarosz, L. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of rural studies*, 24(3), 231-244.

Juliá, J.F, García Martínez, G. i Meliá, E. (2006). Internet, Cooperativismo Agrario y Desarrollo Rural El caso de las Cooperativas de la Comunidad Valenciana. *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de economía pública, social y cooperativa*, (55), 221-251. Disponible a: <<http://www.redalyc.org/html/174/17405509>>

Khoury, C. K., Bjorkman, A. D., Dempewolf, H., Ramirez-Villegas, J., Guarino, L., Jarvis, A., ... & Struik, P. C. (2014). Increasing homogeneity in global food supplies

and the implications for food security. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(11), 4001-4006.

Kurban, C., Peña-López, I., i Haberer, M. (2017). What is technopolitics? A conceptual schema for understanding politics in the digital age. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, (24). Disponible a:
<<https://idp.uoc.edu/articles/10.7238/idp.v0i24.3061/galley/3221/download/>>

L'Apòstrof (2016). L'economia col·laborativa, un cooperativisme 2.0?. *Nexe, Quaderns d'Autogestió i Economia Cooperativa*, 37. Barcelona: Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya.

Lafuente, A. i Corsín Jiménez (2010). Comunidades de afectados, procomún y don expandido. *Fractal*, 57, 17-42. Disponible a:
<http://digital.csic.es/bitstream/10261/29806/1/procomun_don_expandido.pdf>

Lafuente, A. (2007). Los cuatro entornos del procomún. *Archipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura*, 77-78, 15-22.

Laville, J. L. (2009). La economía solidaria en perspectiva. *Crisis capitalista y economía solidaria. Una economía que emerge como alternativa real*. Barcelona: Icaria Editorial.

Lebkowsky, J. (1997). *TechnoPolitics*. 21C, Melbourne: The Commission.

Llaurant Barcelona (Coords) (2016). Mesures per construir una sobirania alimentària a Barcelona. Recull de propostes per al desenvolupament de polítiques municipals. Barcelona: Llaurant Barcelona. Disponible a:
<https://ddd.uab.cat/pub/estudis/2016/177376/mesconsob_a2016.pdf>

LCDQS (2014). ¡La Colmena dice que sí! ¿Quiénes somos?, *Pressbook*,18. Disponible a: <<http://es.calameo.com/read/00419427782264c7b5760>>.

LCDQS (2017). La empresa. Nuestra historia. Disponible a:
<<https://lacolmenaquedicesi.es/es/p/history>>

Lee, A. (2 de novembre de 2013). Welcome To The Unicorn Club: Learning From Billion-Dollar Startups, *Techcrunch*. Disponible a:
<<https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/>>

Lefebvre, H., & Nicholson-Smith, D. (1991). *The production of space* (Vol. 142). Oxford: Blackwell.

Lessig, L. (2004). *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. New York: Penguin Press.

López Roca, A. (15 d'abril de 2015). Informació sobre les cooperatives de consum en general. Sort: Fem Pirineu. Disponible a:
<<https://fempirineu.cat/arbella/informacio-sobre-les-cooperatives-de-consum-en-general>>

Majoral, R. (2006). De la Guerra Civil a la Unió Europea. *Història Agrària dels Països Catalans volum IV, Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació*.

MAGRAMA (2012). Canales Cortos de Comercialización en el Sector Agroalimentario. Disponible a:
<http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/estrategia-mas-alimento-menos-desperdicio/Estudio_CCC_con_observaciones_tcm7-305639.pdf>

Mance, E.A. (2000). *A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual*, 178. Petrópolis: Vozes.

Mangot, L. (2013). La Plataforma de Afectados por la Hipoteca. De la Crisis a la Estafa. Del Prozac al Empoderamiento. *Clivatge. Estudis i testimonis sobre el conflicte i el canvi socials*, ISSN-e 2014-6590, N.º. 2, 2013. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Maréchal, G. (ed.) (2008). *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*. Dijon: Educagri éditions.

Martín-Mayor, A. (2016). Economia Social i Solidària i moviment agroecològic. A Suriñach (coord.), *Informe del mercat social 2015*, 54-55. Catalunya, XES. Disponible a:
<http://mercatsocial.xes.cat/wp-content/uploads/sites/2/2016/10/informemercatsocial_2015-web1.pdf>

Martín-Mayor, A., Homs, P. i Flores-Pons, G. (2017). *El canvi d'escala: un revulsiu per a la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic?*. Barcelona: Fundació Roca i Galès.

Martínez, A. i Álvarez, S. (coords) (2008). La economía crítica y solidaria: perspectivas teóricas y experiencias para la construcción de una economía alternativa. A *Worldwatch Institute: La situación del mundo 2008. Innovaciones*

para una economía sostenible. Informe anual del Worldwatch Institute sobre el Progreso hace una Sociedad Sostenible. Barcelona: Ed. Icaria.

Martínez Roldán, S. (2011). Movimiento 15M: construcción del espacio urbano a través de la acción de las Multitudes Inteligentes. Barcelona: UOC. Disponible: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8582/1/smartinezrol_TFM_0711.pdf>

Mauleón, J.R. (2009). El sistema agroalimentario: funcionamiento y consecuencias. Ponència a la jornada *La globalització i els seus efectes en l'agricultura i l'alimentació*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Méndez, A. i Sabin (2013). Las cooperativas y la gestión del común. *Ecologista*, núm.77. 51-53. Disponible a: <<http://www.observatoriometropolitano.org/wp-content/uploads-observatorio/2013/07/Cooperativas-y-comunes.pdf>>

Meroño, A.L. i Arcas, N. (2006). Equipamento y gestión de las tecnologías de la información en la cooperativas agroalimentarias. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 54, abril 2006, 5-31. Disponible a: <<http://www.redalyc.org/pdf/174/17405401.pdf>>

Miró, I. (2015). ¿Por qué le llamamos innovación a lo que vivimos cómo autogestión?. A *Innovació social y polítiques urbanas en España*, Subirats, J. i García Bernardos, A. (eds.) : 205-223. Barcelona: Icaria Editorial. Disponible a: <http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/innovacion%20social.pdf>

Miró, I. (2017). Common i Coops. Vers l'autogovern del comú. A *Esmolem les eines. Debats per a la Transformació Social*. 59-102. Catalunya: XES, Pol·len Edicions i Tigre Paper.

Montegut, Y., Cristobal, E. i Gomez Adillon, M.J. (2013). Understanding the situation and factors of ICT adoption in agricultural cooperatives. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*. Vol. 11, Núm. 3, Juliol-Setembre, 1-26.

Monterde, A. (2015). Emergencia, evolución y efectos del movimiento-red 15M (2011-2015). Una aproximación tecnopolítica. Barcelona: UOC-IN3. Disponible a: <<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/44901?mode=full>>

Montserrat, A. (2017). Sant Llàtzer: Proposta d'un espai de referència de l'agroecologia urbana integrat en les estratègies d'adaptació i mitigació al canvi climàtic. Gerència Adjunta de Medi Ambient, Parcs i Jardins, Ajuntament de Barcelona.

Monzón, J. L. (2003). El cooperativismo en la historia de la literatura económica. *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de economía pública, social y cooperativa*, (44), 9-32.

Mozas, A. i Bernal, E. (2008). El E-Business en el cooperativismo agrario: El caso del sector oleícola. *Estudios de Economía Aplicada*, Volum 26.1, 211-233.
Disponible a: <http://www.redalyc.org/html/301/30114081007/>

MWC (2016). *L'esclatxa digital a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Roca&Salvatella.

Naboni, R. i Paoletti, I. (2014). *Advanced Customization in Architectural Design and Construction*. Berlin: Springer.

Nel·lo, O. (2014). *Movimientos urbanos y defensa del patrimonio colectivo en la región metropolitana de Barcelona*. Madrid: Ministerio de Fomento.

Nel·lo, O. (2015). *La ciudad en movimiento: Crisis social y respuesta ciudadana*. Madrid: Díaz&Pons.

Noveck, B.S. (2005). A democracy of groups [en línia]. A *First Monday*, 10 (11). [en línia]: First Monday. Disponible a:
<<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1289/1209>>

Observatori del Consum i la Distribució Alimentària (2017). Informe del consumo de la alimentación en España. Madrid: Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente. Disponible a:
<http://www.mapama.gob.es/imagenes/ca/informe_del_consumo_de_alimentos_en_espana_2016_web_tcm8-464372.pdf>

Observatori Europeu Leader. (2000). Comercialización de los productos locales. Circuitos cortos y circuitos largos. Bruselas: Innovación en el medio rural. (Cuaderno de la Innovación; 7)

Ostrom, E., Gardner, R. & Walker, J. (1994). *Rules, Games, and Common-pool Resources*. Michigan: University of Michigan Press.

Ostrom, E. (2007). A diagnostic approach for going beyond panaceas. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 104 (39):15181-15187. Disponible a: <<http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0702288104>>

Ostrom, E. (2009). *Beyond Markets and States: Polycentric Governance of Complex Economic Systems*. Lectura del Premi Nobel.

Peña-López, I. (2011). Striving behind the shadow – The dawn of Spanish politics 2.0. A van der Hof, S. i Groothuis, M. (Eds.), *Innovating Government. Normative, policy and technological dimensions of modern government*, Chapter 8, 129-147. The Hague: TMC Asser Press.

Peña-López, I. (2013a). Casual Politics: From slacktivism to emergent movements and pattern recognition [en línia]. A Balcells, J. et al. M. (Coords.), *Big Data: Challenges and Opportunities*, 339-358. Proceedings of the 9th International Conference on Internet, Law & Politics. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, 25-26 June, 2013. Barcelona: UOC-Huygens Editorial. Disponible a: <http://ictlogy.net/articles/20130626_ismael_pena-lopez_-_casual_politics_slacktivism_emergent_movements_pattern_recognition.pdf>

Peña-López, I. (2013b). Intención de voto en España 1978-2013. ¿Una Segunda Transición hacia una política extra-representativa? [en línia]. *Comunicación en el XI Congreso de la AECPA*. 18-20 de septiembre de 2013. Sevilla: AECPA. Disponible a: <<http://aecpa.es/uploads/files/modules/congress/11/papers/1014.pdf>>

Peña-López, I. (2014). Innovació social oberta: l'organització política com a plataforma. A Costa i Fernández, L. & Puntí Brun, M. (Eds.), *Comunicació pel canvi social. Reflexions i experiències per una comunicació participativa, emancipadora i transparent*, 59-75. Girona: Documenta Universitaria.

Peña-López, I., Congosto, M. i Aragón, P. (2014). Spanish Indignados and the evolution of the 15M movement on Twitter: towards networked para-institutions. In *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15 (1-2), 189-216. New York: Routledge. Disponible a: <<http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2014.931678>>

Peña-López, I. (8 de juny de 2015). La exquisita democràcia de los antisistema: de la PAH a la alcaldesa Colau. Disponible a: <<http://ictlogy.net/sociedadred/20150608-la-exquisita-democracia-de-los-antisistema-de-la-pah-a-la-alcaldesa-colau/>>

Pérez de Mendiguren, J. C., Etxezarreta, E. y Guridi, L. (2009). Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate. *Papeles de Economía Solidaria*, 1: 1-41.

Pérez de Mendiguren, J. C., Etxezarreta, E. (2015). Los debates entorno a la Economía Social y Solidaria. *Centro de Documentación Hegoa, Boletín de recursos de información*, núm. 42. Disponible a: <<http://boletin.hegoa.ehu.es/mail/36>>

Porro, A. (2016). Què són les #AltresEconomies?. Disponible a: http://www.eldiario.es/catalunyaplural/opinions/AltresEconomies_6_493860645.html

Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Michael E. Porter Free Press.

REAS (2014). Carta para una Soberanía Alimentària desde nuestros municipios. Al *I Congrés Internacional d'Economia Social i Solidària*, 27, 28 i 29 de novembre de 2014, Saragossa, 2014. Disponible a: <https://www.economiasolidaria.org/carta_soberania_alimentaria>

Robert Aragay, M. (2013). Sobirania alimentària, gastronomia i alimentació a Catalunya, un model sostenible? (Tesi de Màster, Universitat Politècnica de Catalunya).

Rodotà, S. (1997). *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*. Roma: Laterza.

Rodriguez, S. (2017). Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales. *Sharing España y Asociación Española de la Economía Digital*.

Sabín, F. (2015). La economía solidaria, el movimiento cooperativista y los comunes. *Dossiers EsF*, 16. Madrid: Economistas sin fronteras.

Scholz, T. (2016). *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*. Nova York: Rosa Luxemburg Stiftung.

Schor, J. B. (2011). *True wealth: How and why millions of Americans are creating a time-rich, ecologically light, small-scale, high-satisfaction economy*. Nova York: Penguin.

SEE (2015). 23/09 SEIG public hearing: It's time for the social economy to work together!. Social Economy Europe. Disponible a:

<<http://www.socialeconomy.eu.org/blog/2309-seig-public-hearing-its-time-social-economy-work-together>>

Singer, P. (2002). *Introdução à economia solidária*. Fundação Perseu Abramo. São Paulo: Perseu Abramo.

Simón Fernández, X., Copena Rodríguez, D., Pérez Neira, D., Delgado Cabeza, M., & Soler Montiel, M. (2014). Alimentos kilométricos y gases de efecto invernadero: Análisis del transporte de las importaciones de alimentos en el Estado español (1995-2007). *Revibec: revista de la Red Iberoamericana de Economía Ecológica*, 22, 0001-16.

Smorto, G. i Ciurcina, M. (2017). A legal analysis of the Collaborative Economy. A *Multidisciplinary framework on Commons Collaborative Economy*, 70-83. DECODE project. Disponible a: <<https://desk.dyne.org/s/l9lMbexVEDzHEks#pdfviewer>>

Sobirania Alimentària. (s.d.). Wikipedia, L'enciclopedia lliure. Data de consulta: 12 d'agost de 2017 <https://ca.wikipedia.org/wiki/Sobirania_aliment%C3%A0ria>

Stallman, R. M. (1996). The free software definition. Disponible a: <<http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.html>>

Subirats, J. (2011). *Otra Sociedad. ¿Otra política?*. Barcelona: Editorial Icària.

Subirats, J. i García Bernardos, A. (eds) (2015). *Innovación social y políticas urbanas en España. Experiencias significativas en las grandes ciudades*. Barcelona: Icaria editorial.

Suriñach, R. (2016). *Les Altres Economies de la ciutat. Identificant l'ecosistema d'economies transformadores de Barcelona*. Barcelona: Comissionat d'Economia Cooperativa Social i Solidària i Consum de l'Ajuntament de Barcelona i Barcelona Activa.

Suriñach, R. (2017). *Economies transformadores de Barcelona*. Comissionat d'Economia Cooperativa, Social i Solidària i Consum de l'Ajuntament de Barcelona. Sabadell: Editorial Marge Books.

Tarinski, Y. (7 de gener de 2016). The Commons: Beyond the State and the Market. *New Compass*. Disponible a: <<http://new-compass.net/articles/commons-beyond-state-and-market>>

Time (21 de març de 2011) Understanding pain. Vol. 177. Núm. 11. New York: Nancy Gibbs.

Toret, J. (Coord.) (2013). Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. Barcelona: UOC-IN3. Disponible a:
<<http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20%282%29.pdf>>

Toribio, J.J. et al. (2012). La Cadena Agroalimentaria en España. IESE.

Traficantes de Sueños (Ed.) (2004). *¡Pásalo! Relatos y análisis sobre el 11-M y los días que le siguieron*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Tuson, P. (2014). L'autoproveïment d'aliments a Catalunya. 25-29. Manresa: Agro-cultura. Disponible a:
<<https://elvalordelsaliments.files.wordpress.com/2015/04/autoprovec3afment-daliments-a-catalunya.pdf>>

Ubasart, G., Ràfols, R. i Vivas, E. (2009). Bancs de temps, xarxes d'intercanvi i cooperatives de consum agroecològic. Barcelona: Institut de Govern i Polítiques Públiques (IGOP) de la Universitat de Barcelona.

Ugarte, D. (2014). Comunidad, comunal, cooperativa. A De los «comunales» a los «commons». *Dossier Galde*, núm. 7. Disponible a:
<<http://www.galde.eu/wp-content/uploads/2014/12/DossierG07.pdf>>

Valls, E. (2006). El mercat local i els circuits curts de comercialització. Ponència del *Llibre Blanc de la Producció Agroalimentària Ecològica de Catalunya*. Disponible a:
<www.ecoconsum.org/documentacio/materials/mercatslocalsicircuitscurts.pdf>

Venn, L.; Kneafsey, M.; Holloway, L.; Cox, R.; Dowler, E.; Tuomainen, H. (2006). Researching European 'alternative' food networks: some methodological considerations. *Area*, 30(3), 248–258.

Vivas, E. (2014). *El negocio de la comida. ¿Quién controla nuestra alimentación?*. Barcelona: Icaria Editorial.

Wellman, B. (1997). An electronic group is virtually a social network. Culture of the Internet. *Culture of the Internet*, 4, 179–205.

LLISTA DE FIGURES I TAULES

Figures

- *Figura 1. Mapa de cooperatives obreres de consum de Barcelona existents el 1935 (www.cooperatives.barcelona/recursos/mapa/). Font: Miró i Garcia (2012). [pàgina 34]*
- *Figura 2. Marc teòric de la investigació. Font: autor. [pàgina 45]*
- *Figura 3. Circuits Curts de Comercialització Agroalimentària. Font: Binimelis i Descombes (2010) a partir de Venn et al. (2006) i Maréchal (2008). [pàgina 50]*
- *Figura 4. Evolució del número de persones (en milions) que pateixen fam al món. Font: FAO. [pàgina 51]*
- *Figura 5. Evolució de les persones, per milers, que dediquen la seva activitat professional a l'agricultura (2001-2016). Dades: Idescat. Font: autor. [pàgina 53]*
- *Figura 6. Evolució de les persones, per milers, que dediquen la seva activitat professional a l'agricultura (2002-2016). Dades: Idescat (CAT), Zona euro (ES), Eurostat (EU). Font: autor. [pàgina 53]*
- *Figura 7. Evolució de la superfície ecològica conreada (hectàrees) a Catalunya (1995-2016). Dades: Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE). Font: autor. [pàgina 54]*
- *Figura 8. Evolució dels productors ecològics inscrits a Catalunya (1995-2016). Dades: Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE). Font: autor. [pàgina 54]*
- *Figura 9. Esquema de Mercat Social amb nodes i fluxos. Autor: Jordi Garcia (2002). Font: Informe Mercat Social 2016. [pàgina 64]*
- *Figura 10. L'ecosistema del Mercat Social a Catalunya. Autor: Casadevall. Font: Informe del Mercat Social 2016 (2017). [pàgina 66]*
- *Figura 11. Ecosistema d'economies transformadores. Font: Suriñach (2016) a partir de Porro (2016). [pàgina 67]*
- *Figura 12. Situació relativa dels diferents moviments en el procés de nínxol a corrent principal. Font: Suriñach (2016). [pàgina 68]*
- *Figura 13. Número d'organitzacions que han fet el Balanç Social (2007-2016). Font: Informe Mercat Social 2016. [pàgina 71]*
- *Figura 14. Marc conceptual per a una revisió crítica de les plataformes tecnològiques d'economia col·laborativa. Font: autor. [pàgina 95]*
- *Figura 15. Marc conceptual de l'estrella de l'economia col·laborativa procomú. Font: Fuster et al. (2017). [pàgina 96]*
- *Figura 16. Evolució dels grups i cooperatives de consum agroecològic actives per any a la ciutat de Barcelona (veure annex A.1). Període 1993-2017. Font: autor. [pàgina 131]*

- *Figura 17. Mapa de grups i cooperatives de consum de la ciutat de Barcelona (1993-2017) (per a més informació veure annex A.1). Font: autor. [pàgina 141]*
- *Figura 18. Densitat de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per districtes (n=57). Font: autor. [pàgina 142]*
- *Figura 19. Densitat de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per barris (n=57). Font: autor. [pàgina 142]*
- *Figura 20. Densitat d'Unitats Familiars de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per barris (n=57). Font: autor. [pàgina 143]*
- *Figura 21. Proporció de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona per número de persones que la constitueixen. Cooperatives petites (>25 UF), cooperatives mitjanes (25-50 UF), cooperatives grans (<50 UF), (n=57). Font: autor. [pàgina 144]*
- *Figura 22. Proporció de grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona segons el format jurídic de l'entitat (n=57). Font: autor. [pàgina 144]*
- *Figura 23. Cooperatives i grups de consum amb i sense persones alliberades (n=57). Font: autor. [pàgina 145]*
- *Figura 24. Relació percentual de productors directes versus intermediaris (n=157). Font: autor. [pàgina 146]*
- *Figura 25. Grups i cooperatives de consum agroecològic que fan servir les TIC per la comanda versus les que no les utilitzen (n=57). [pàgina 147]*
- *Figura 26. Eines tecnològiques utilitzades per a la realització de la comanda (n=47). Font: autor. [pàgina 148]*
- *Figura 27. Percentatge de grups i cooperatives de consum agroecològic que utilitzen codi lliure/obert versus les que utilitzen codi propietari/tancat. Font: autor. [pàgina 149]*
- *Figura 28. Tipologia de web de continguts utilitzada pels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=57). Font: autor. [pàgina 151]*
- *Figura 29. Tipologia de llicència del programari web utilitzada pels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=52). Font: autor. [pàgina 151]*
- *Figura 30. Tipologia de llicència dels continguts web utilitzada pels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=52). Font: autor. [pàgina 152]*
- *Figura 31. Freqüència de l'actualització dels continguts web dels grups i cooperatives de consum agroecològic de Barcelona (n=52). Font: autor. [pàgina 153]*
- *Figura 32. Gràfica de valoració de l'1 al 10 que fa cada grup/cooperativa de l'ús de les TIC (n=57) Font: autor. [pàgina 155]*

- *Figura 33. Cooperatives i grups de consum amb i sense presència a les pàgines web de xarxes socials (n=57). Font: autor. [pàgina 156]*
- *Figura 34. Intermediaris amb i sense presència a les plataformes de xarxes socials (n=13) Font: autor. [pàgina 157]*
- *Figura 35. Productors amb i sense presència a les plataformes de xarxes socials (n=157). Font: autor. [pàgina 157]*
- *Figura 36. Comparativa de presència (verd) i no presència (marró) a plataformes de xarxes socials entre cooperatives (n=56), intermediaris (n=13) i productors (n=144). Font: autor. [pàgina 158]*
- *Figura 37. Nivell d'acompliment de l'indicador Circuits de proximitat de les cooperatives i grups de consum (n=57). Font: autor. [pàgina 160]*
- *Figura 38. Representació de la xarxa de relacions en l'activitat dels grups i cooperatives de consum de la ciutat de Barcelona (blau) amb productors (vermell) i intermediaris (taronja). [pàgina 162]*
- *Figura 39. Mitjana aritmètica de compliment dels indicadors de l'ESS per part de les cooperatives i grups de consum (n=57). Font: Pam a Pam. [pàgina 163]*
- *Figura 40. Mitjana dels nivells de compliment dels criteris de l'ESS dels intermediaris que en formen part (n=13). Font: Pam a Pam. [pàgina 164]*
- *Figura 41. Comparativa de compliment dels criteris de l'ESS entre cooperatives (n=13) i intermediaris (n=144). Font: Pam a Pam. [pàgina 166]*

Taules

- *Taula 1. Percentatge d'iniciatives del Pam a Pam de Barcelona per sector d'activitat (desembre 2017). Font: Pam a Pam. [pàgina 69]*
- *Taula 2: Resum de similituds i diferències entre els Ruscs i les cooperatives i grups de consum agroecològic. Font (Espelt, Peña-López, Vega, 2017). [pàgina 104]*
- *Taula 3. Variables i indicadors per avaluar la caracterització de la digitalització de les cooperatives. Font: autor. [pàgina 119]*
- *Taula 4. Variables i indicadors per avaluar l'impacte de les TIC en la intercooperació agroecològica de plataforma. Font: autor. [pàgina 120]*
- *Taula 5. Variables i indicadors per avaluar l'impacte del vincle de les cooperatives i grups de consum amb els Circuits Curts de Comercialització. Font: autor. [pàgina 122]*
- *Taula 6. Variables i indicadors per avaluar l'impacte del vincle de les cooperatives i grups de consum amb l'Economia Social i Solidària. Font: autor. [pàgina 123]*

- *Taula 7. Variables i indicadors per avaluar l'impacte del vincle de les cooperatives i grups de consum amb els Moviments Socials. Font: autor. [pàgina 125]*
- *Taula 8. Programari significat com a FLOSS i tipus de llicència aplicada. [pàgina 149]*
- *Taula 9. Correlació de variables en estudi. Tots els valors significatius al 95%. Font: autor. [pàgina 159]*
- *Taula 10. Importància dels factors qüestionari TIC-15M. Matriu de correlacions (significativitat a partir de 0,7). Font: autor. [pàgina 166]*
- *Taula 11. Importància dels factors qüestionari TIC-15M (Anàlisi factorial de rotació Varimax). En verd els valors més destacats. Font: autor. [pàgina 167]*
- *Taula 12. Correlació entre les variables del qüestionari TIC-15M i els factors rotats (Anàlisi factorial). Font: autor. [pàgina 168]*
- *Taula 13. Clúster sobre les variables del qüestionari TIC-15M. En gris els valors més destacats. [pàgina 168]*
- *Taula 14. Mida dels clústers. Font: autor. [pàgina 169]*
- *Taula 15. Mitjana de les variables del qüestionari TIC-15M per clúster. En verd els valors més destacats. Font: autor. [pàgina 169]*
- *Taula 16. Contrast d'igualtat de les mitjanes de les variables per clúster d'acord amb una anàlisi de la Variància (ANOVA). Font: autor. [pàgina 170]*

ANNEXOS

A.1 Cronologia dels grups i cooperatives de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona (1993-2017)

Organitzada per districtes

ID	Grup de Consum ⁴⁵	Any de fundació	Any de dissolució
Ciutat Vella			
1	Tota Cuca Viu	2001	-
2	Xarxa de Consum Solidari	2004	-
3	Cooxino	2008	-
4	La Sardineta	2009	-
5	El Bròquil del Gòtic	2010	-
6	Les Horteres de la Ribera	2012	-
Eixample			
7	El Guaret	2008	-
8	Pixapins	2009	-
9	Arrels	2011	-
10	Verdures de l'Ateneu Layret	2013	-
Sants-Montjuïc			
11	Germinal Sants	1993	2015
12	Panxacontenta	2006	-
13	El Carretó	2007	2017
14	Faves Comptades	2010	-
15	La Seca	2012	-
16	L'Economat Social	2012	-
17	La Garrofera de Sants	2015	-
Les Corts			
18	Acció Hortera	2008	-
19	Skamot Verd	2010	-
Sarrià Sant-Gervasi			
20	Germinal Farró	2005	-
21	Germinal Sarrià	2009	2014
22	Can Pujades	2010	-
23	La Col i Nata	2014	-
Gràcia			
24	La Tòfona	2002	-
25	L'Aixada	2004	-
27	Verdures	2006	-
28	Pinyol Vermell	2008	-
29	Les Trementinaires	2008	-
30	La Senalla	2009	-
31	El Rusc	2009	-

⁴⁵ Els grups en gris no s'han introduït en la població d'estudi perquè a l'hora de contactar per fer l'entrevista s'indica que ja no són actius.

32	Valldures	2010	-
33	Verdures Roges	2010	-
34	La Garangola	2011	-
35	Les Verdures de Roxanne	2011	-
36	La Fresca	2011	
37	Nà Fent	2011	2016
Horta-Guinardó			
38	EcoRocaguinarda	2008	-
39	Pirineu	2008	-
40	Ridorta	2010	-
41	Cooperativa Can Baró	2011	-
42	Carmela Verdulera	2011	-
43	EcoEstel	2013	-
Nou Barris			
44	Userda 9	2000	-
45	Les Vinyes de Can Roquetes	2010	-
46	La Cebolla Roja	2011	-
47	ASIA	2012	-
48	El llevat	2012	-
Sant Andreu			
49	El Rec	2004	-
50	El Borró	2004	-
51	30 Panxes	2011	-
52	El Borronet	2015	-
Sant Martí			
53	Cydonia	1996	-
54	Verdnou	2003	-
55	La Unió del Poblenou	2006	-
56	La Cooperativa del Clot	2006	-
57	Cooperativa Mespilus	2008	-
58	Estèvia	2010	-
59	Girasol de Sant Martí	2011	-
60	Coop Pamapam	2011	-
61	Ecoaranyó	2013	-

A.2 Caracterització dels grups i cooperatives de consum agroecològic de la ciutat de Barcelona

A.2.1 Número d'Unitats Familiars (UF)

ID	Grup de Consum	Nº UF	Tipologia
1	Tota Cuca Viu	20	Cooperativa petita (<25 UF)
3	Cooxino	15	
4	La Sardineta	15	
6	Les Horteres de la Ribera	15	
7	El Guaret	24	
8	Pixapins	22	
9	Arrels	15	
10	Verdures de l'Ateneu Layret	20	
12	Panxacontenta	20	
14	Faves Comptades	20	
18	Acció Hortera	17	
19	Skamot Verd	10	
23	La Col i Nata	14	
27	Verdures	9	
30	La Senalla	24	
31	El Rusc	16	
32	Valldures	20	
33	Verdures Roges	18	
34	La Garangola	19	
35	Les Verdures de Roxanne	13	
36	La Fresca	15	
38	EcoRocaguinarda	17	
39	Pirineu	23	
40	Ridorta	17	
41	Cooperativa Can Baró	18	
42	Carmela Verdulera	15	
43	EcoEstel	20	
45	Les Vinyes de Can Roquetes	18	
46	La Cebolla Roja	20	
52	El Borronet	13	
56	La Cooperativa del Clot	20	
60	Coop Pamapam	20	
61	Ecoaranyó	4	
5	El Bròquil del Gòtic	29	Cooperativa mitjana (25-50 UF)
13	El Carretó	25	
15	La Seca	36	

17	La Garrofera de Sants	35	
20	Germinal Farró	35	
22	Can Pujades	50	
24	La Tòfona	42	
25	L'Aixada	40	
28	Pinyol Vermell	26	
29	Les Trementinaires	25	
44	Userda 9	25	
47	ASIA	30	
49	El Rec	25	
51	30 Panxes	30	
53	Cydonia	46	
54	Verdnou	25	
55	La Unió del Poblenou	28	
57	Cooperativa Mespilus	33	
58	Estèvia	30	
59	Girasol de Sant Martí	25	
2	Xarxa de Consum Solidari	60	Cooperativa gran (>50 UF)
16	L'Economat Social	110	
86	El Llevat	86	
50	El Borró	53	

A.2.2 Forma jurídica

ID	Grup de Consum	Forma jurídica
1	Tota Cuca Viu	Secció Ateneu de Ciutat Vella
2	Xarxa de Consum Solidari	Associació
3	Cooxino	Associació
4	La Sardineta	Associació
5	El Bròquil del Gòtic	Associació
6	Les Horteres de la Ribera	Associació
7	El Guaret	Associació
8	Pixapins	Sense entitat jurídica
9	Arrels	Secció de la Cruïlla
10	Verdures de l'Ateneu Layret	Associació
12	Panxacontenta	Associació
13	El Carretó	Associació
14	Faves Comptades	Secció del Casal Ind. Jaume Compte
15	La Seca	Secció Cooperativa La Base
16	L'Economat Social	Cooperativa
17	La Garrofera de Sants	Associació
18	Acció Hortera	Associació

19	Skamot Verd	Associació
20	Germinal Farró	Cooperativa
22	Can Pujades	Associació
23	La Col i Nata	Associació
24	La Tòfona	Associació
25	L'Aixada	Associació
27	Verduretes	Sense entitat jurídica
28	Pinyol Vermell	Secció de l'Ateneu Ind. i popular La Torna
29	Les Trementinares	Associació
30	La Senalla	Associació
31	El Rusc	Associació
32	Valldures	Sense entitat jurídica
33	Verdures Roges	Secció de l'Ateneu Roig
34	La Garangola	Associació
35	Les Verdures de Roxanne	Sense entitat jurídica
36	La Fresca	Sense entitat jurídica
38	EcoRocaguinarda	Secció Cooperativa Rocaguinarda
39	Pirineu	Associació
40	Ridorta	Associació
41	Cooperativa Can Baró	Associació
42	Carmela Verdulera	Secció de l'AAVV del Barri del Carmel
43	EcoEstel	Associació
44	Userda 9	Cooperativa
45	Les Vinyes de Can Roquetes	Associació
46	La Cebolla Roja	Sense entitat jurídica
47	ASIA	Associació
48	El llevat	Associació
49	El Rec	Cooperativa
50	El Borró	Associació
51	30 Panxes	Associació
52	El Borronet	Associació
53	Cydonia	Cooperativa
54	Verdnou	Associació
55	La Unió del Poblenou	Associació
56	La Cooperativa del Clot	Sense entitat jurídica
57	Cooperativa Mespilus	Cooperativa
58	Estèvia	Associació
59	Girasol de Sant Martí	Associació
60	Coop Pamapam	Sense entitat jurídica
61	Ecoaranyó	Sense entitat jurídica

A.2.3 Tipus de gestió

ID	Grup de Consum	Tipus de gestió
1	Tota Cuca Viu	Funcionament amb persones voluntàries de la pròpia organització
3	Cooxino	
4	La Sardineta	
5	El Bròquil del Gòtic	
6	Les Horteres de la Ribera	
7	El Guaret	
8	Pixapins	
9	Arrels	
10	Verdures de l'Ateneu Layret	
12	Panxacontenta	
13	El Carretó	
14	Faves Comptades	
15	La Seca	
17	La Garrofera de Sants	
18	Acció Hortera	
19	Skamot Verd	
20	Germinal Farró	
22	Can Pujades	
23	La Col i Nata	
24	La Tòfona	
25	L'Aixada	
27	Verdures	
28	Pinyol Vermell	
29	Les Trementinaires	
30	La Senalla	
31	El Rusc	
32	Valldures	
33	Verdures Roges	
34	La Garangola	
35	Les Verdures de Roxanne	
36	La Fresca	
38	EcoRocaguinarda	
39	Pirineu	
40	Ridorta	
41	Cooperativa Can Baró	

42	Carmela Verdulera	
43	EcoEstel	
44	Userda 9	
45	Les Vinyes de Can Roquetes	
46	La Cebolla Roja	
50	El Borró	
51	30 Panxes	
52	El Borronet	
53	Cydonia	
54	Verdnou	
55	La Unió del Poblenou	
56	La Cooperativa del Clot	
57	Cooperativa Mespilus	
58	Estèvia	
59	Girasol de Sant Martí	
60	Coop Pamapam	
61	Ecoaranyó	
2	Xarxa de Consum Solidari	Funcionament amb una o vàries persones alliberades
16	L'Economat Social	
47	ASIA	
48	El llevat	
49	El Rec	

A.2.4 TIC

ID	Grup de Consum	Valoració global ⁴⁷	plataformes de xarxes socials ⁴⁶	
			Twitter	Facebook
1	Tota Cuca Viu	2		
2	Xarxa de Consum Solidari	9		
3	Cooxino	n.d		
4	La Sardineta	9		
5	El Bròquil del Gòtic	10		
6	Les Horteres de la Ribera	7		
7	El Guaret	8		
8	Pixapins	10		
9	Arrels	9		
10	Verdures de l'Ateneu Layret	6		
12	Panxacontenta	7		
13	El Carretó	n.d		
14	Faves Comptades	9		
15	La Seca	8		
16	L'Economat Social	7		
17	La Garrofera de Sants	8		
18	Acció Hortera	10		
19	Skamot Verd	8		
20	Germinal Farró	7		
22	Can Pujades	10		
23	La Col i Nata	8		
24	La Tòfona	10		
25	L'Aixada	8		
27	Verdures	2		
28	Pinyol Vermell	8		
29	Les Trementinaires	10		
30	La Senalla	10		
31	El Rusc	7		
32	Valldures	2		
33	Verdures Roges	7		

⁴⁶ En gris quan l'entitat té presència als plataformes de xarxes socials. En alguns casos els col·lectius utilitzen els perfils de l'organització (en el cas d'un Casal, per exemple) que acull un conjunt d'entitats.

⁴⁷ En cas que, durant l'entrevista o posteriorment, no s'hagi pogut determinar la valoració global que fan de l'ús de les TIC per a l'activitat de l'entitat, s'indica n.d.

34	La Garangola	8		
35	Les Verdures de Roxanne	8		
36	La Fresca	2		
38	EcoRocaguinarda	9		
39	Pirineu	8		
40	Ridorta	7		
41	Cooperativa Can Baró	8		
42	Carmela Verdulera	9		
43	EcoEstel	9		
44	Userda 9	8		
45	Les Vinyes de Can Roquetes	8		
46	La Cebolla Roja	9		
47	ASIA	9		
48	El llevat	9		
49	El Rec	8		
50	El Borró	8		
51	30 Panxes	10		
52	El Borronet	10		
53	Cydonia	7		
54	Verdnou	9		
55	La Unió del Poblenou	n.d		
56	La Cooperativa del Clot	8		
57	Cooperativa Mespilus	10		
58	Estèvia	8		
59	Girasol de Sant Martí	9		
60	Coop Pamapam	3		
61	Ecoaranyó	9		

ID	Grup de Consum	TIC ⁴⁸	Eina TIC o model de gestió
1	Tota Cuca Viu		Excel
2	Xarxa de Consum Solidari		Programa costumitzat
3	Cooxino	n.d	n.d
4	La Sardineta		Web proveïdora
5	El Bròquil del Gòtic		Programa propi
6	Les Horteres de la Ribera		Google
7	El Guaret		Google
8	Pixapins		Google

⁴⁸ En gris quan l'entitat utilitza les TIC per realitzar la comanda. En cas que, durant l'entrevista o posteriorment, no s'hagi pogut determinar l'ús o no de les TIC, s'indica n.d.

9	Arrels		Llibre de caixa + full de càlcul
10	Verdures de l'Ateneu Layret		Comanda automatitzada
12	Panxacontenta		Google
13	El Carretó	n.d	n.d
14	Faves Comptades		Google
15	La Seca		Contasol+aplicoop
16	L'Economat Social		Programa propi
17	La Garrofera de Sants		Contaplust+facturaplust+Drupal de comandes
18	Acció Hortera		Google
19	Skamot Verd		Google
20	Germinal Farró		Contaplust+facturaplust+Drupal de comandes
22	Can Pujades		Aplicació L'Aixada
23	La Col i Nata		Google
24	La Tòfona		Aplicació L'Aixada + llibre de caixa
25	L'Aixada		Aplicació L'Aixada
27	Verdures		Comanda automatitzada
28	Pinyol Vermell		Google
29	Les Trementinaires		Google
30	La Senalla		Magento
31	El Rusc		Katuma
32	Valldures	n.d	n.d
33	Verdures Roges		Google
34	La Garangola		Google
35	Les Verdures de Roxanne		Google
36	La Fresca		Google
38	EcoRocaguinarda		Google
39	Pirineu		Google
40	Ridorta		Google
41	Cooperativa Can Baró		Google
42	Carmela Verdulera		Google
43	EcoEstel		Google
44	Userda 9		Google
45	Les Vinyes de Can Roquetes		Google
46	La Cebolla Roja		Google
47	ASIA		Llibre de caixa + Full de càlcul
48	El llevat		Google+Excel+programa de comptabilitat
49	El Rec		Google

50	El Borró		Google
51	30 Panxes		Llibre de caixa+Aplicoop
52	El Borronet		Google
53	Cydonia		Aplicació L'Aixada
54	Verdnou		Aplicació L'Aixada
55	La Unió del Poblenou	n.d	n.d
56	La Cooperativa del Clot		web proveïdor
57	Cooperativa Mespilus		Aplicació L'Aixada
58	Estèvia		Aplicació L'Aixada
59	Girasol de Sant Martí		Aplicació L'Aixada
60	Coop Pamapam		Google
61	Ecoaranyó		Google

A.3 Pam a Pam. Qüestionari de compliment de criteris de l'ESS⁴⁹ i qüestionari TIC cooperatives

0. INFORMACIÓ BÀSICA (la informació que apareix a la fitxa del web)

Nom:

Forma jurídica:

Petita descripció (és l'explicació que tothom veurà al web: curta i concisa, que la gent sàpiga què hi podrà trobar)

Contacte: Persona de contacte, Adreça, web, mail, telf, xarxes socials, etc.

Horari:

Heu fet el Balanç Social de la XES?

Sí No

(el Balanç Social és una eina d'auditoria social interna per a les entitats on s'avalua des de la democràcia interna fins l'impacte ambiental o l'equitat de gènere)

SECTORS i SUBSECTORS als que pertany

1. Habitatge: Noves formes de gestió de l'habitatge i de l'entorn urbà i natural. Millora de l'espai habitable per fer-lo més comfortable.

- Cooperatives d'habitatge
- Energia
- Construcció i rehabilitació
- Arquitectura
- Instal·lacions
- Solars autogestionats
- Béns comuns naturals
- Centres socials ocupats
- Mobiliari
- Masoveria urbana

⁴⁹ Mostrem el contingut complet del qüestionari vigent fins al setembre de 2017 —i utilitzat en aquesta investigació— quan, després d'un llarg procés participatiu, se'n realitza una nova versió.

- Neteja

2. Vestir: Teixits i roba artesanal, fabricada en condicions dignes, ambiental i socialment responsables.

- Roba
- Calçat
- Llar
- Complements, artesanía
- Segona mà-intercanvi

3. Alimentació: Productes alimentaris de proximitat, ecològics, que respecten l'entorn social i ambiental en el procés de producció i distribució.

- Fruita i verdura
- Carn, embotits, peix
- Producte no fresc, elaborat
- Begudes
- Grups/cooperatives de consum agroecològic
- Horts comunitaris
- Grups/cooperatives de producció agroecològica
- Conservació de llavors

4. Cultura: Transmissió de coneixement a través de llibres, projectes culturals, artístics i musicals.

- Llibreries
- Editorials
- Gestió cultural
- Música
- Arts escèniques
- Espectacles
- Cinema

5. Educació: Compartir valors a través de formació crítica, escoles i serveis educatius.

- Escoles lliures
- Formació crítica
- Educació en el lleure
- Criança compartida

6. Comunicació i tecnologia: Foment de l'actitud crítica i llibertat d'informació i expressió.

- Mitjans de comunicació alternatius
- Disseny

- Recerca
- Serveis de comunicació
- Arts gràfiques
- Internet i noves tecnologies
- Software, hardware

7. Cures: Iniciatives de millora en la criança, la vellesa i la salut, tant individual, com comunitària.

- Salut
- Criança
- Atenció gent gran
- Cosmètica
- Teràpies naturals
- Integració social

8. Oci: Activitats d'oci i esbarjo.

- Turisme
- Lleure
- Restauració

9. Finançament: Estalvi i inversió transparents i creació de monedes alternatives per enfortir el mercat social.

- Banca Ètica
- Assegurances Ètiques
- Comunitats autofinançament
- Crowdfunding
- Fons socials locals

10. Assessorament: Organitzacions que ajuden i orienten unes altres.

- Consultories i assessoraments
- Legal
- Gestories
- Facilitació de grups

11. Logística: Iniciatives que faciliten la interconnexió entre persones o entitats.

- Missatgeria
- Transports
- Béns comuns digitals locals o comarcals

12. Espais i xarxes: Espais i xarxes de referència on informar-nos, formar-nos i participar.

- Grups locals d'Economia Solidària

- Equipaments comunitaris
- Ateneus
- Centres socials
- Xarxes
- Mercats d'intercavi de béns i serveis
- Bancs del temps
- Moneda social
- Bancs de recursos
- Solars autogestionats
- Béns comuns naturals
- Cooperatives de consum
- Xarxes de productors/es
- Bancs de terres

Algunes consideracions generals a tenir en compte a l'hora de fer l'entrevista:

L'entrevista és una conversa, no un examen. L'objectiu és conèixer l'entitat i per això l'hem de deixar parlar. Només cal fer la pregunta, i de la resposta que ens donin, nosaltres interpretem la gradació. Veureu que si els deixem xerrar, ens contestaran algunes preguntes abans de que les fem.

Les preguntes són molt àmplies perquè hem fet un esforç per tenir un sol qüestionari, i ha de servir per a tots els sectors econòmics de l'Economia Solidària. Així que caldrà emprar el sentit comú per aplicar el sentit general del criteri a cada cas. En gris, sota cada pregunta, trobareu orientacions sobre el sentit general del criteri.

La gradació és orientativa. No s'ha de llegir a l'entrevista, ni seguir al peu de la lletra. S'ha fet per ajudar, i si ho complica, millor no fer-li cas. La idea clau és poder establir una gradació de compliment, ja que les entitats poden complir un criteri de manera molt diversa. I es tracta de poder mostrar el punt fort de cada iniciativa. Per exemple, si una iniciativa fa producció ecològica, tindrà 5 estrelles en el criteri ecològic, encara que no compleixi la «gradació 3», perquè és el màxim que pot fer; o una entitat d'inserció laboral tindrà 5 estrelles en el criteri d'inserció, encara que no compleixi alguna de les recomanacions escrites...

Dit això, aplicar l'empatia, el sentit comú, i a conèixer iniciatives interessants i transformadores!

1. IMPACTE SOCIAL

1. En el conjunt de la vostra activitat, creieu que potencieu l'economia local i/o els circuits de proximitat?

(Es valora l'activitat general. Si la iniciativa no comercialitza productes que puguin ser de proximitat, preguntarem pels subministres que compren, ja que tothom necessita subministres per funcionar...)

Sí

1. Es prioritza comprar/vendre productes o serveis locals
2. S'ha donat una reflexió interna i existeix una política que limita la procedència dels productes o subministres que es compren/vénen
3. S'ofereixen materials de sensibilització per promoure l'economia de proximitat
4. Existeix un compromís de corresponsabilitat amb la producció local
5. Es participa en incidència política (pressió a òrgans de decisió per modificar estructures o legislació) per enfortir les economies locals

No

Comentaris:

Addenda 1: Qüestionari cooperatives

- Ens podeu indicar quins proveïdors teniu i si són directes o intermediaris?

2. Comercialització Justa: Quan feu activitat econòmica, promoueu l'intercanvi just entre productors, distribuïdores i consumidores?

(Es valora l'activitat general. Si la iniciativa no comercialitza productes de comerç just, preguntarem pels subministres que compren, com es relacionen amb els proveïdors, com pacten els preus...)

Sí

1. S'intenten consumir productes de comerç just o que garanteixen salaris dignes i la minimització d'intermediaris
2. S'ha donat reflexió interna i es considera política de l'entitat la priorització de comprar / vendre productes de comerç just o que garanteixen salaris dignes i i la minimització d'intermediaris
3. S'ofereixen materials de sensibilització per promoure la comercialització justa
4. Es promouen canals de diàleg a l'hora d'establir els preus d'intercanvi de béns o serveis
5. Es participa en incidència política (pressió per modificar estructures o legislació) per promoure el Comerç Just

No

Comentaris:

3. Informeu de forma transparent sobre la procedència i/o el mètode de producció dels vostres productes i/o serveis?

(Es valora la manera en què l'entitat ofereix informació de sí mateixa, i de quin tipus)

Sí

1. Es facilita informació quan algú pregunta (reactiu)
2. Es mostra la procedència del producte o servei (a la botiga, web...)
3. Es mostra proactivament el mètode de producció o la cadena de valor del producte o servei (a la botiga, web...)
4. S'envia informació periòdica a les persones interessades
5. Tota l'activitat econòmica de l'entitat es fa pública de forma transparent

No

Comentaris:

4. Teniu en compte la integració social de persones amb diversitat funcional / intel·lectual o altres col·lectius en risc d'exclusió social?

Sí

1. El local està adaptat a la diversitat funcional de les persones
2. Persones amb diversitat funcional o en risc d'exclusió social participen com a voluntàries o en conveni de pràctiques
3. Existeix un % de la plantilla de persones amb diversitat funcional o en risc d'exclusió
4. Existeix una política de l'entitat que destina un % de llocs de feina per a persones amb diversitat funcional
5. La integració social o laboral és el centre i la prioritat de l'activitat

No

Comentaris:

5. Intercooperació: Intenteu que els vostres proveïdors/es i clients/es siguin preferentment de l'Economia Social i Solidària?

(Així com a la pregunta 1 valoràvem la proximitat dels productes o serveis, ara valorem si es prioritza treballar amb altres entitats d'Economia Solidària, potenciant el que s'anomena «Mercat Social»: l'espai on consumidores responsables (tan persones com institucions) poden satisfer totes les seves necessitats amb entitats de l'Economia Solidària)

Sí

1. Es difonen els principis i activitats de l'Economia Social i Solidària (ESS)

2. Es té algun proveïdor de l'ESS
3. Es busquen proveïdors de l'ESS quan es necessita un producte o servei
4. La majoria de proveïdors que es tenen són de l'ESS
5. Es compleixen els criteris anteriors i, a més, es contribueix a la creació de Mercat Social d'una forma estratègica

No

Ens en podeu donar un exemple? Comentaris:

6. Xarxes: Participeu en espais de trobada o articulació locals o comarcals? Participeu en alguna xarxa, federació o coordinació a nivell nacional, internacional o sectorial?

(Es valora tant la participació en xarxes o federacions locals o de barri —gremi de comerciants...— com a nivell estatal o internacional)

Sí

1. Participa esporàdicament
2. Participa poc
3. Participa habitualment
4. Participa activament
5. Dinamitza els espais en què participa

No

Quines?

7. Gestió econòmica: Treballeu amb alguna banca ètica (dipositant estalvi o demanant préstecs) o promoueu l'intercanvi o la moneda social?

Sí (en aquest criteri, el compliment no és acumulatiu. Pot complir-se l'1. i el 4. i es marcaran 2 estrelletes)

1. S'aposta per alguna de les 3 iniciatives (banca ètica, intercanvi o moneda social)
2. S'aposta per dues de les 3 iniciatives (banca ètica, intercanvi o moneda social)
3. S'aposta per les 3 iniciatives (banca ètica, intercanvi o moneda social)
4. Es participa en la construcció del sistema de finances ètiques (bàsicament entitats de finances ètiques o de promoció d'aquestes)
5. Es col·lectivitzen els excedents (fons de promoció cooperatiu, aportacions a fons solidaris, caixes de resistència..)

No

Comentaris:

2. IMPACTE AMBIENTAL

8. Incorporeu criteris ecològics o de sostenibilitat en la vostra iniciativa?

(Es valora l'activitat general: la sensibilitat ecològica en la producció, venda, transports...)

Sí

1. Es fa ús de productes ecològics en el desenvolupament de la iniciativa (menjar, neteja...)

2. És política interna prioritzar productes ecològics i serveis amb minimització d'impacte al medi ambient

3. S'ha valorat i s'intenta reduir la petjada ecològica en l'activitat econòmica, facilitant eines de sensibilització ambiental a les treballadores/sòcies per a una implicació activa en la minimització d'impacte (en la producció, amb política de reducció de viatges o contaminació, escollint proveïdors de proximitat per reduir desplaçaments...)

4. Es duen a terme mesures compensatòries d'impacte per iniciativa pròpia o a través de col·laboracions amb altres entitats

5. La iniciativa fa producció ecològica o la pròpia iniciativa econòmica es basa en la reducció d'impacte ambiental

No

Comentaris:

9. Teniu algun sistema de gestió dels residus? Practiqueu la minimització, el reciclatge o la reutilització?

Sí

1. Se separa i es recicla

2. Es fa ús del servei de deixalleria i serveis de recollida específica quan s'escau (ex. cartutxos de tòner, voluminosos, bateries, fluorescents,..)

3. S'aposta per la reutilització (ex. en les impressions, material, productes, bosses..)

4. Existeix una política de reducció de residus i prioritzant la minimització d'envasos en les compres/ subministraments

5. Es restaura i/o es fa ús d'establiments reparadors abans de la nova adquisició d'equipaments.

No

Comentaris:

10. Teniu en compte l'estalvi i eficiència en el vostre consum energètic?

Sí

1. S'utilitzen fonts d'energia de baix consum (bombetes, leds...)
2. Existeix una política a l'entitat per reduir el consum energètic i fer-ne partícips els membres
3. La iniciativa és sòcia i consumidora de cooperatives d'energia verda (com Som Energia)
4. S'ha realitzat una inversió per optimitzar i reduir el consum energètic (canvi de lluminària, refrigeració, tancament del local...)
5. La iniciativa produeix energies renovables (plaques solars...)

No

Comentaris:

3. ORGANITZACIÓ I TREBALL

Quantes persones estan implicades en aquest establiment o iniciativa?

Desagregar per sexe

Núm. de persones remunerades: homes: dones:

Sòcies treballadores (en el cas de cooperatives): homes: dones:

(a les cooperatives existeix la figura de sòcia treballadora i també la de persona contractada)

Òrgans de govern (Consell rector, junta o patronat): homes: dones:

Direcció tècnica (remunerada): homes: dones:

Col·laboradores, membres, participants...: homes: dones:

11. En cas que hi hagi remuneracions en el projecte, quina és la vostra forquilla salarial (per quantes vegades s'ha de multiplicar el sou més baix per arribar al més alt)? En cas que no hi hagi treball remunerat, valoreu el treball de forma equitativa?

Sí

1. L'escala salarial és 5 (el salari més alt és 5 vegades superior al salari més baix)
2. L'escala salarial és 4
3. L'escala salarial és 3
4. L'escala salarial és 2
5. L'escala salarial és 1

No (quan la diferència entre el sou més baix i el més alt s'ha de multiplicar per més de 5)

Comentaris:

12. Teniu en compte el desenvolupament personal i professional de les persones que integren la iniciativa?

(Es valora la cura cap a les persones que treballen o participen a la iniciativa, així com els mecanismes que permeten conciliar la vida personal amb la feina o com es tracten les emocions)

Sí

1. S'ofereix formació a les persones que integren la iniciativa
2. Es facilita la conciliació personal/familiar
3. Es contempen mecanismes de resolució de conflictes
4. Es contempen mecanismes de gestió emocional
5. Es proposen millores socials proactives més enllà de la llei (caixes de resistència, ampliació permisos maternitat/ paternitat/ estudis/ excedències...)

No

Comentaris:

13. Incorporeu l'equitat de gènere en les actuacions de la vostra entitat?

(Entenent el gènere com la construcció social de rols i comportaments, i assumint que vivim en una societat patriarcal, es valora que existeixi una reflexió dels rols de gènere en la iniciativa, des del repartiment numèric per sexe, fins a la distribució de tasques més visibles o invisibles)

Sí

1. Existeix paritat (o discriminació positiva) en quant al nombre de dones i homes que integren la iniciativa, en les diferents àrees d'actuació i òrgans de decisió
2. S'empra una comunicació no sexista (llenguatge, imatges...)
3. Existeix un repartiment equitatiu de les tasques de representació (visibilitat pública dels membres, portaveus, conferències..)
4. Es promou la generació de continguts específics de gènere o es té una comissió de gènere
5. S'ha donat una revalorització de les tasques de cura i domèstiques de la iniciativa i aquestes estan repartides equitativament (cura de l'espai, prendre actes, cura de les persones...)

No

Comentaris:

14. Aprofundiment democràtic i participació: En la presa de decisions, teniu mecanismes per garantir la participació de tots els col·lectius que configuren l'entitat?

Sí

1. Es tenen en compte les opinions del conjunt de persones que integren la iniciativa (treballadores, sòcies, clients, voluntariat...)
2. S'ofereix informació suficient per garantir la qualitat i la igualtat en la presa de decisions
3. Més enllà de l'assemblea general, s'ofereixen altres espais per fomentar la participació en la presa de decisions
4. Tots els espais/òrgans de govern de l'entitat estan oberts a la participació de qualsevol membre de la iniciativa
5. La presa de decisions a la iniciativa és horitzontal i tots els i les membres hi participen de forma igualitària

No

Comentaris:

15. Quan utilitzeu software o genereu continguts, feu servir llicències no privatives (Creative Commons) o programari lliure (Open Office, Firefox...)?

Sí

1. S'utilitza software lliure (Open Office, Firefox..)
2. Es té una política interna explícita d'aposta pel software lliure
3. Alguns continguts generats o utilitzats tenen llicència oberta (Creative Commons)
4. Tots els continguts generats o utilitzats tenen llicència oberta (Creative Commons)
5. S'utilitzen sistemes operatius lliures (Linux)

No

Comentaris:

Addenda 2. Qüestionari TIC cooperatives.

- Utilitzeu les Tecnologies de la Informació i la Comunicació per a la gestió de la comanda? Si es que sí, quina eina feu servir?
- [En cas que sigui programari propi] Quina llicència d'ús té?

Nom entrevistador/a:

Data:

Conformitat entrevistat/da (signatura):

RECURSOS PER FACILITAR A LES ENTITATS (pendent de revisar)

Comercialització Justa

Alternativa 3

Intermon Oxfam

Xarxa de Consum Solidari

IDEAS

Queviure

Finances Ètiques

Coop57

Fiare

Oikocredit

Triodos

Assegurances: Arç Cooperativa

Cultiu ecològic

Reutilització i reciclatge

Millor que nou

Eficiència energètica

Som Energia Cooperativa

A.4 Resultats qüestionari Pam a Pam. Compliment dels criteris de l'Economia Social i Solidària

ID	Grup de Consum	Criteris d'Impacte social						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Tota Cuca Viu	80%	80%	80%	20%	40%	60%	0%
2	Xarxa de Consum Solidari	80%	80%	60%	20%	80%	100%	40%
3	Cooxino	80%	60%	60%	40%	40%	20%	0%
4	La Sardineta	80%	80%	80%	80%	80%	80%	0%
5	El Bròquil del Gòtic	80%	80%	80%	0%	0%	80%	0%
6	Les Horteres de la Ribera	100%	100%	80%	40%	20%	100%	40%
7	El Guaret	80%	80%	80%	20%	20%	100%	0%
8	Pixapins	60%	40%	80%	20%	40%	0%	20%
9	Arrels	80%	40%	80%	20%	0%	40%	0%
10	Verdures de l'Ateneu Layret	80%	60%	80%	0%	20%	60%	0%
12	Panxacontenta	80%	80%	80%	0%	20%	40%	0%
13	El Carretó	100%	40%	80%	0%	40%	80%	0%
14	Faves Comptades	80%	60%	60%	20%	60%	20%	20%
15	La Seca	80%	80%	80%	20%	20%	100%	0%
16	L'Economat Social	80%	80%	60%	0%	100%	20%	0%
17	La Garrofera de Sants	80%	80%	80%	20%	60%	60%	40%
18	Acció Hortera	80%	60%	80%	0%	80%	100%	0%
19	Skamot Verd	80%	60%	80%	20%	40%	0%	0%
20	Germinal Farró	80%	80%	80%	20%	60%	60%	40%
22	Can Pujades	100%	100%	80%	20%	40%	60%	0%
23	La Col i Nata	80%	80%	80%	20%	40%	60%	0%
24	La Tòfona	80%	80%	80%	60%	0%	60%	0%
25	L'Aixada	80%	80%	80%	20%	60%	100%	40%
27	Verdures	80%	80%	100%	0%	0%	80%	20%
28	Pinyol Vermell	80%	60%	100%	20%	80%	20%	20%
29	Les Trementinaires	80%	60%	100%	0%	40%	40%	20%
30	La Senalla	80%	80%	60%	0%	20%	20%	0%
31	El Rusc	100%	80%	100%	0%	80%	80%	40%
32	Valldures	80%	80%	80%	20%	40%	60%	0%
33	Verdures Roges	80%	60%	80%	20%	40%	40%	0%
34	La Garangola	80%	60%	80%	20%	40%	20%	40%
35	Les Verdures de Roxanne	80%	80%	80%	20%	60%	0%	0%
36	La Fresca	80%	80%	20%	60%	0%	20%	20%

38	EcoRocaguinarda	80%	80%	80%	0%	60%	80%	0%
39	Pirineu	60%	40%	80%	20%	40%	80%	0%
40	Ridorta	80%	60%	80%	0%	40%	20%	0%
41	Cooperativa Can Baró	60%	40%	80%	20%	40%	40%	0%
42	Carmela Verdulera	80%	80%	80%	20%	40%	60%	0%
43	EcoEstel	80%	60%	80%	20%	20%	20%	0%
44	Userda 9	80%	80%	80%	20%	40%	80%	0%
45	Les Vinyes de Can Roquetes	80%	80%	80%	20%	60%	80%	20%
46	La Cebolla Roja	80%	80%	80%	20%	20%	100%	0%
47	ASIA	100%	80%	80%	40%	80%	80%	40%
48	El llevat	80%	80%	80%	60%	80%	80%	0%
49	El Rec	80%	40%	100%	60%	80%	40%	40%
50	El Borró	100%	80%	80%	20%	80%	80%	40%
51	30 Panxes	100%	100%	80%	40%	80%	80%	40%
52	El Borronet	80%	80%	80%	20%	40%	80%	40%
53	Cydonia	80%	80%	100%	0%	60%	80%	20%
54	Verdnou	60%	60%	80%	20%	20%	60%	0%
55	La Unió del Poblenou	100%	100%	80%	20%	60%	100%	20%
56	La Cooperativa del Clot	60%	60%	80%	20%	40%	40%	0%
57	Cooperativa Mespilus	80%	80%	80%	20%	40%	100%	0%
58	Estèvia	80%	80%	80%	20%	0%	100%	0%
59	Girasol de Sant Martí	80%	60%	80%	20%	40%	80%	0%
60	Coop Pamapam	80%	80%	80%	20%	60%	40%	20%
61	Ecoaranyó	80%	60%	80%	20%	40%	60%	0%
	Mitjana	81%	72%	80%	20%	44%	60%	12%

		Criteris d'Impacte ambiental		
ID	Grup de Consum	8	9	10
1	Tota Cuca Viu	80%	80%	0%
2	Xarxa de Consum Solidari	60%	60%	20%
3	Cooxino	80%	80%	0%
4	La Sardineta	80%	60%	0%
5	El Bròquil del Gòtic	80%	80%	0%
6	Les Horteres de la Ribera	80%	80%	0%
7	El Guaret	80%	80%	0%
8	Pixapins	80%	80%	0%
9	Arrels	80%	80%	60%
10	Verdures de l'Ateneu Layret	80%	80%	0%
12	Panxacontenta	80%	80%	0%

13	El Carretó	60%	60%	60%
14	Faves Comptades	80%	80%	0%
15	La Seca	80%	80%	60%
16	L'Economat Social	80%	60%	0%
17	La Garrofera de Sants	80%	80%	60%
18	Acció Hortera	100%	80%	0%
19	Skamot Verd	60%	80%	60%
20	Germinal Farró	80%	80%	60%
22	Can Pujades	100%	80%	20%
23	La Col i Nata	80%	80%	80%
24	La Tòfona	80%	80%	60%
25	L'Aixada	80%	80%	40%
27	Verdures	80%	80%	60%
28	Pinyol Vermell	40%	80%	40%
29	Les Trementinaires	60%	80%	60%
30	La Senalla	80%	80%	60%
31	El Rusc	60%	100%	20%
32	Valldures	80%	80%	0%
33	Verdures Roges	80%	80%	0%
34	La Garangola	80%	80%	0%
35	Les Verdures de Roxanne	80%	80%	0%
36	La Fresca	80%	80%	40%
38	EcoRocaguinarda	80%	80%	0%
39	Pirineu	80%	80%	0%
40	Ridorta	80%	80%	0%
41	Cooperativa Can Baró	80%	80%	0%
42	Carmela Verdulera	80%	80%	0%
43	EcoEstel	80%	80%	0%
44	Userda 9	80%	80%	0%
45	Les Vinyes de Can Roquetes	80%	80%	0%
46	La Cebolla Roja	80%	80%	80%
47	ASIA	60%	80%	60%
48	El llevat	80%	80%	0%
49	El Rec	60%	80%	0%
50	El Borró	100%	80%	40%
51	30 Panxes	80%	80%	60%
52	El Borronet	80%	80%	0%
53	Cydonia	100%	80%	40%
54	Verdnou	80%	80%	0%
55	La Unió del Poblenou	80%	80%	20%

56	La Cooperativa del Clot	80%	80%	0%
57	Cooperativa Mespilus	80%	80%	80%
58	Estèvia	80%	60%	60%
59	Girasol de Sant Martí	80%	80%	0%
60	Coop Pamapam	80%	80%	0%
61	Ecoaranyó	80%	80%	0%
	Mitjana	79%	79%	24%

		Criteris d'Organització i Treball				
ID	Grup de Consum	10	11	12	13	14
1	Tota Cuca Viu	100%	40%	40%	100%	20%
2	Xarxa de Consum Solidari	100%	40%	20%	60%	100%
3	Cooxino	100%	40%	40%	100%	0%
4	La Sardineta	100%	40%	40%	100%	0%
5	El Bròquil del Gòtic	100%	40%	40%	100%	100%
6	Les Horteres de la Ribera	100%	60%	40%	100%	40%
7	El Guaret	100%	60%	40%	100%	80%
8	Pixapins	100%	60%	40%	100%	0%
9	Arrels	100%	0%	0%	100%	40%
10	Verdures de l'Ateneu Layret	100%	40%	60%	100%	0%
12	Panxacontenta	100%	20%	100%	100%	20%
13	El Carretó	100%	40%	60%	100%	20%
14	Faves Comptades	100%	40%	40%	100%	20%
15	La Seca	100%	40%	100%	100%	60%
16	L'Economat Social	100%	60%	20%	80%	0%
17	La Garrofera de Sants	100%	80%	20%	100%	80%
18	Acció Hortera	100%	0%	0%	100%	0%
19	Skamot Verd	100%	0%	40%	100%	20%
20	Germinal Farró	100%	80%	20%	100%	80%
22	Can Pujades	100%	0%	0%	100%	40%
23	La Col i Nata	100%	40%	40%	100%	0%
24	La Tòfona	100%	60%	40%	100%	60%
25	L'Aixada	100%	60%	40%	100%	100%
27	Verdures	100%	100%	80%	100%	60%
28	Pinyol Vermell	100%	0%	60%	100%	20%
29	Les Trementinaires	100%	0%	0%	100%	20%
30	La Senalla	100%	0%	0%	100%	100%
31	El Rusc	100%	40%	40%	100%	100%
32	Valldures	100%	40%	20%	100%	20%

33	Verdures Roges	100%	20%	40%	100%	20%
34	La Garangola	100%	60%	60%	100%	40%
35	Les Verdures de Roxanne	100%	60%	40%	100%	40%
36	La Fresca	100%	40%	20%	100%	20%
38	EcoRocaguinarda	100%	60%	20%	100%	20%
39	Pirineu	100%	40%	40%	100%	0%
40	Ridorta	100%	40%	20%	100%	0%
41	Cooperativa Can Baró	100%	40%	40%	100%	0%
42	Carmela Verdulera	100%	40%	40%	100%	60%
43	EcoEstel	100%	40%	20%	100%	0%
44	Userda 9	100%	60%	40%	100%	20%
45	Les Vinyes de Can Roquetes	100%	40%	40%	100%	0%
46	La Cebolla Roja	100%	40%	60%	100%	60%
47	ASIA	100%	80%	60%	100%	100%
48	El llevat	100%	40%	40%	100%	0%
49	El Rec	100%	40%	80%	100%	0%
50	El Borró	100%	0%	0%	100%	0%
51	30 Panxes	100%	20%	40%	100%	80%
52	El Borronet	100%	60%	20%	100%	0%
53	Cydonia	100%	40%	40%	100%	20%
54	Verdnou	100%	60%	40%	100%	60%
55	La Unió del Poblenou	100%	60%	60%	100%	60%
56	La Cooperativa del Clot	100%	20%	40%	100%	20%
57	Cooperativa Mespilus	100%	60%	40%	100%	80%
58	Estèvia	100%	40%	40%	100%	100%
59	Girasol de Sant Martí	100%	60%	40%	100%	80%
60	Coop Pamapam	100%	60%	40%	100%	20%
61	Ecoaranyó	100%	40%	40%	100%	20%
	Mitjana	100%	42%	39%	100%	37%

A.5 Taula de nodes per nombre de connexions i centralitat

Id	Tipologia	Connexions	Centralitat
Cooperativa Mespilus	Cooperativa	41	6.069,59
L'Aixada	Cooperativa	32	4.113,29
Formatges de Puigcerver	Productor	19	4.094,46
Cal Valls	Productor	18	2.901,53
Xarxa de Consum Solidari	Cooperativa	14	2.273,62
Mas Claperol	Productor	14	2.238,00
La Seca	Cooperativa	19	2.197,65
Les Trementinaires	Cooperativa	21	2.058,96
El Rusc	Cooperativa	13	1.984,40
La Selvatana	Productor	9	1.881,50
El Guaret	Cooperativa	19	1.778,78
Ridorta	Cooperativa	16	1.604,68
Girasol de Sant Martí	Cooperativa	13	1.544,27
Cal Rosset	Productor	16	1.503,88
Userda 9	Cooperativa	16	1.338,73
Can Pujades	Cooperativa	10	1.262,10
El Rec	Cooperativa	14	1.206,15
Riet Vell	Productor	7	1.093,19
Verdnou	Cooperativa	13	1.089,67
Pixapins	Cooperativa	10	1.074,91
Massaxuxes	Productor	9	1.006,91
La Cooperativa del Clot	Cooperativa	8	942,933
Agrícola d'Ulldemolins Sant Jaume	Productor	9	925,607
Estèvia	Cooperativa	9	908,692
Cal Nanot	Productor	8	867,87
El Llevat	Cooperativa	10	841,201
La Fresca	Cooperativa	10	816,981
Pinyol Vermell	Cooperativa	9	782,878
La Tòfona	Cooperativa	9	782,598
Quèviure	Intermediari	9	746,697
Les Vinyes de Can Roquetes	Cooperativa	5	734,701

30 Panxes	Cooperativa	7	733,041
Formatges del Pujol-Orra	Productor	6	727,839
L'Olivera	Productor	7	718,541
L'Economat Social	Cooperativa	10	691,032
EcoEstel	Cooperativa	8	652,786
Germinal Farró	Cooperativa	9	617,96
L'Aresta	Productor	5	610,016
Can Perol	Productor	5	588,952
La Garrofera de Sants	Cooperativa	8	588,12
La Platjeta	Productor	5	573,356
Cooperativa Can Baró	Cooperativa	8	570,365
Món verd	Intermediari	9	558,046
La Tavella	Productor	5	525,136
Cal Roio	Productor	7	492,903
Cooperativa agroecològica Valldures	Cooperativa	4	491,626
ASIA	Cooperativa	5	489,774
El Broquil del Gòtic	Cooperativa	8	480,618
Aurora del Camp	Productor	5	472,628
La Sardineta	Cooperativa	4	472,223
Coop Pamapam	Cooperativa	4	459,421
El Cabàs - Pagerols	Productor	3	453
La Grana	Intermediari	4	432,847
Bolet Ben Fet	Productor	5	430,773
Pirinat	Productor	8	389,842
La Cebolla Roja	Cooperativa	6	332,188
Café Rebeldía	Productor	4	316,278
Cydonia	Cooperativa	6	312,73
Feixa Verda (Martí Rosell)	Productor	5	309,887
La Garangola	Cooperativa	5	306,714
Algamar	Productor	4	305,544
Kosturika	Productor	5	295,941
Can Galderic	Productor	4	295,125
Arrels	Cooperativa	4	289,861
EcoRocaguinarda	Cooperativa	4	272,331

Cervesa Maquis	Productor	2	268,999
La Veganeria	Productor	4	268,342
Les Verdures de Roxanne	Cooperativa	6	248,681
Ecopollastre	Productor	5	246,896
Monsoy	Productor	5	237,641
L'Hort Gira-sol	Productor	2	227
Verd Aigua	Productor	2	227
Verduretes de l'Ateneu Layret	Cooperativa	2	227
El camp de la sort	Productor	3	196,671
El Pa Sencer	Productor	3	195,012
Cervesa CESC	Productor	4	184,02
Tascó	Productor	4	183,986
Oliflix	Productor	2	163,343
Vegetalia	Intermediari	4	150,065
Pirineu	Cooperativa	5	142,11
Cal Cases	Productor	5	142,044
Alternativa 3	Intermediari	3	114,596
El Borró	Cooperativa	5	104,073
Cal Martí	Productor	4	102,869
El Peix al plat	Productor	3	101,156
Aneto Natural, S.L	Productor	3	92,603
Can Pipirimosca	Productor	4	89,077
El Serradet de Barneres	Productor	2	81,372
Descavives	Productor	3	79,678
Feliubadaló	Intermediari	2	62,561
Can Suriol	Productor	3	61,799
Ecocítrics Ebre-Sènia	Productor	3	59,827
Raphel Lladó	Productor	2	54,843
Mel d'en Miquel	Productor	2	54,549
Arròs Molí de Pals	Productor	2	52,378
Cuniboix	Productor	2	49,983
Ecotall	Productor	3	48,167
La Cistella del Pa	Productor	3	48,024
Cal Missaire	Productor	2	43,725
Ecolécera	Productor	2	43,725

Formatges Mas el Garet	Productor	2	42,267
Fruits Montmany	Productor	3	42,139
Casanoves Cansaladers	Productor	2	40,742
Can Salze	Productor	3	38,118
Biográ	Productor	2	37,36
Natursoy	Productor	2	35,278
El Borronet	Cooperativa	3	34,672
NatuCoc	Productor	2	34,617
Forneret	Productor	2	34,345
Ecoaranyó	Cooperativa	2	33,493
Xarxa Consum Solidari	Intermediari	2	33,156
Herboristeria Nogué	Productor	3	25,643
Jota-ka	Productor	2	16,126
Bio-oleics Belianes SL	Productor	2	15,623
La Pana (Can Masdeu)	Productor	2	15,623
Paugran	Productor	2	14,829
La Kloska	Productor	2	13,33
Verduretes	Cooperativa	2	12,825
Ecoviand	Intermediari	2	10,601
Obrador artesanal Llevat Mare	Productor	2	10,601
Adunata Pasta	Productor	2	10,075
Eco Ebre	Intermediari	2	9,94
La Nansa	Productor	2	8,12
La Senalla	Cooperativa	2	7,583
Cal Vermell	Productor	2	7,23
Acció Hortera	Cooperativa	1	0
Agrària Espluguena - Spelunca	Productor	1	0
Agroles	Productor	1	0
ANAP - EcuRed	Productor	1	0
Apadrina Cirers	Productor	1	0
Apit Integral	Productor	1	0
Arrossaires del Delta de L'Ebre S.C.C.L.	Productor	1	0
Asana	Productor	1	0
Associació Cumbres de Ingapi	Productor	1	0

Biocop	Productor	1	0
Biofasca	Productor	1	0
Bodega Pardelasses - Celler Aixalà i Alcait - Jordi Aixalà i Jansana	Productor	1	0
Brunec	Productor	1	0
Ca l'adela	Productor	1	0
Cal Colom	Intermediari	1	0
Cal Monegal	Productor	1	0
Cal Pastera	Productor	1	0
Cal Pauet	Productor	1	0
Cal Tomàs	Productor	1	0
Cal Xellà	Productor	1	0
Can Carlets	Productor	1	0
Can Mandó	Productor	1	0
Can Parellada	Productor	1	0
Carmela Verdulera	Cooperativa	1	0
Carns Martí	Productor	1	0
Casa Gispert	Productor	1	0
Casa Mateu	Productor	1	0
Catidalt	Intermediari	1	0
Cellers Vives Gau, S.L. - Mas de la Masserola	Productor	1	0
Cervesa del Montseny	Productor	1	0
Chocolates Solé	Productor	1	0
Cítrics del pla	Productor	1	0
Comalats	Productor	1	0
Conservas Antonio Pérez Lafuente	Productor	1	0
Cooperativa Agrícola Cabacés	Productor	1	0
Cooperativa Morawakkorale	Productor	1	0
Cooxino	Cooperativa	0	0
DascaVives	Productor	1	0
Dèria	Productor	1	0
Dietéticos Intersa, S.A (Aprolis)	Productor	1	0
Ecològica dels pirineus	Productor	1	0
eCorder	Productor	1	0
Ecovitres, S.L	Productor	1	0

El Cantero de Letur	Productor	1	0
El Carretó	Cooperativa	1	0
El cor de la llavor	Productor	1	0
El Patufet i la Col	Productor	1	0
El Porxo de Pinell	Productor	1	0
Espiga	Productor	1	0
Faves Comptades	Cooperativa	1	0
Forn Baluard	Productor	1	0
Forn de Sant Andreu	Productor	1	0
Fuita al punt	Intermediari	1	0
General de Herboristería y Dietética, S.L	Productor	1	0
Granja Ramonich	Productor	1	0
Grup de Consum de Biologia	Cooperativa	1	0
Hort de la Carmeta	Productor	1	0
Hort de'n Didac	Productor	1	0
Josep Mestre	Productor	1	0
Josep Pascual Esteller	Productor	1	0
La Central Biológica Cooperativa	Productor	1	0
La Cleda	Productor	1	0
La Col i Nata	Cooperativa	1	0
La Datzira	Productor	1	0
La Montoliva	Productor	1	0
La Païssa	Productor	1	0
La Rufa	Productor	1	0
La Turris Aliments Artesanals, S.L	Intermediari	1	0
La Unió del Poblenou - Datzira	Cooperativa	1	0
L'economat de Gràcia	Productor	1	0
Les Horteres de la Ribera	Cooperativa	1	0
L'esquella	Productor	1	0
L'estable dels 4 vents	Productor	1	0
L'Eva dels Rollitos	Productor	1	0
L'Hort d'en Dídac	Productor	1	0
L'Ortiga	Productor	1	0
Loxarel Vinsl	Productor	1	0

MaMi Taronges	Productor	1	0
Mas Coromines	Productor	1	0
Mas el Boscà Nou	Productor	1	0
Masala Barcelona	Productor	1	0
Mel d'en Pere	Productor	1	0
Molí de Bonsfills	Productor	1	0
Naranjas Ché	Productor	1	0
Naranjas Ecológicas Andreu	Productor	1	0
Niu d'Ous	Productor	1	0
Oli en un llum	Productor	1	0
Oliastre	Productor	1	0
Pà Joans	Productor	1	0
Panxacontenta	Cooperativa	1	0
Platoner	Productor	1	0
Porto-Muiños	Productor	1	0
Que hi està bé S.L.	Productor	1	0
Ramats al Bosc	Productor	1	0
Rincón del Segura	Productor	1	0
Salvador Estruch Pérez	Productor	1	0
Set d'Oli	Productor	1	0
Set&Ros	Productor	1	0
Sol Natural	Intermediari	1	0
Tarongina	Productor	1	0
Tota Cuca Viu	Cooperativa	1	0
Tres Quarteres	Productor	1	0
Triticatum	Productor	1	0
Tugas	Productor	1	0
Vedella Brunec	Productor	1	0
Verdures Roges	Cooperativa	1	0
Vichy Catalán	Productor	1	0
Viu Lògic	Productor	1	0
Yacao	Productor	1	0

A.6 Vincle del grup amb el 15M

1. A quin grup/cooperativa de consum pertany?

2. En general, quin és el compromís social i polític del grup com a tal?

(0 = cap ni un, únicament ens centrem en la nostra activitat com a grup de consum; 10 = com a grup organitzem accions pròpies en causes socials i polítiques en les quals ens sentim pròximes)

0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

3. Quina creus que és la coincidència ideològica del grup amb el 15M?

(0 = el 15M no hauria d'haver existit; 10 = encara avui lluitem perquè l'ideari del 15M sigui hegemònic social i políticament)

0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

4. Quina vinculació va tenir el grup amb el 15M?

(0 = cap ni una; 10 = com a grup vàrem liderar directament diverses accions)

0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

5. Quina vinculació van tenir membres del grup a títol individual amb el 15M?

(0 = cap ni una; 10 = a títol individual membres del grup vàrem liderar directament diverses accions)

0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

6. En cas que el grup es constituís durant o posteriorment al 15M: Quina influència ha tingut el moviment social perquè us afegiu/militeu/participeu en moviments de consum alternatius?

(0 = cap ni una; 10 = la participació en els grups de consum no tindria sentit sense el 15M)

0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

7. En cas que participéssiu en el 15M com a grup o a títol individual: Quina influència han tingut les eines tecnològiques (missatgeria instantània, correus electrònics, llistes de correu, etc.) en l'organització d'accions?

(0 = cap ni una; 10 = l'organització difícilment hauria sigut viable sense les eines tecnològiques)

0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

8. En el conjunt de la vostra activitat com a grup de consum, quin valor donaries a la tecnologia pel seu funcionament?

(0 = cap ni una; 10 = l'organització de la nostra activitat com a grup de consum no seria viable sense la tecnologia)

0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

9. Vols fer alguna aportació extra que aquest qüestionari no recull?

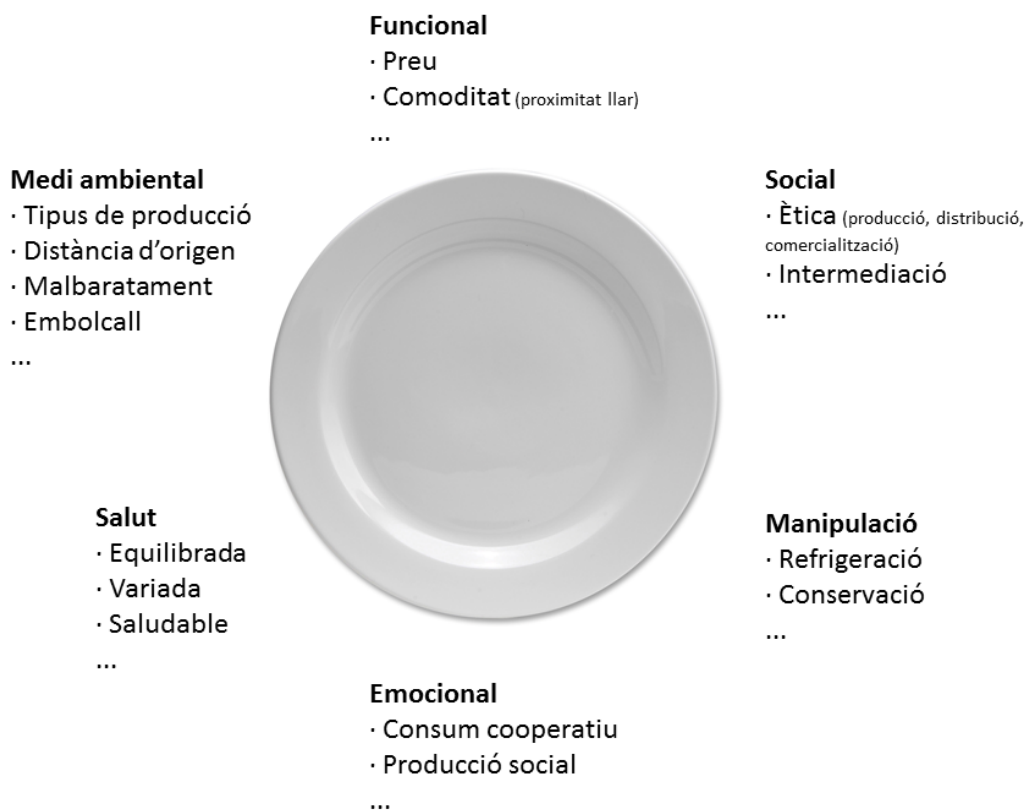
A.7 Resum de la netnografia de les pàgines web

ID	Grup de Consum	Eina	Ll. SW	Ll. Cont.	Actual. ⁵⁰
1	Tota Cuca Viu				
2	Xarxa de Consum Solidari	iWith	n.d	n.d	Trim
3	Cooxino				
4	La Sardineta	WP	GNU	n.d	0
5	El Bròquil del Gòtic	Google	Propietari	n.d	0
6	Les Horteres de la Ribera	WP	GNU	n.d	0
7	El Guaret	WP	GNU	n.d	Mensual
8	Pixapins	Google	Propietari	n.d	Trim
9	Arrels	WP	GNU	BY-NC-SA	Mensual
10	Verdures de l'Ateneu Layret	WP	GNU	n.d	Mensual
12	Panxacontenta	WP	GNU	n.d	0
13	El Carretó				
14	Faves Comptades	WP	GNU	n.d	0
15	La Seca	WP	GNU	n.d	Trim
16	L'Economat Social	WP	GNU	n.d	Anual
17	La Garrofera de Sants	n.d	n.d	n.d	Anual
18	Acció Hortera	Google	Propietari	n.d	0
19	Skamot Verd	Drupal	GNU	n.d	0
20	Germinal Farró	n.d	n.d	n.d	Trim
22	Can Pujades	WP	GNU	n.d	Trim
23	La Col i Nata				
24	La Tòfona	WP	GNU	n.d	Trim
25	L'Aixada	WP	GNU	n.d	Trim
27	Verdures	Wiki	GNU	GNU	0
28	Pinyol Vermell	WP	GNU	n.d	0
29	Les Trementinares	WP	GNU	n.d	0
30	La Senalla	Google	Propietari	n.d	0
31	El Rusc	WP	GNU	n.d	0
32	Valldures	WP	GNU	n.d	Setm
33	Verdures Roges	WP	GNU	n.d	0
34	La Garangola	WP	GNU	n.d	Anual
35	Les Verdures de Roxanne	WP	GNU	n.d	0
36	Fresca	Google	Propietari	n.d	0
38	EcoRocaguinarda	WP	GNU	Propietari	Mensual
39	Pirineu	Google	Propietari	n.d	0
40	Ridorta	Google	Propietari	n.d	0

⁵⁰ Si en el moment de l'anàlisi netnogràfica (agost 2017) no s'ha actualitzat en el darrer any. S'indica com «0» i s'entén per desactualitzat. En el cas que el grup o cooperativa formi part d'un web d'un col·lectiu més ampli (casal o AAVV) es valora aquest espai.

41	Cooperativa Can Baró				
42	Carmela Verdulera	WP	GNU	n.d	Anual
43	EcoEstel	WP	GNU	n.d	Mensual
44	Userda 9	Google	Propietari	n.d	Mensual
45	Les Vinyes de Can Roquetes	Google	Propietari	n.d	0
46	La Cebolla Roja	WP	GNU	n.d	0
47	ASIA	WP	GNU	n.d	Setm
48	El llevat	WP	GNU	n.d	0
49	El Rec	WP	GNU	n.d	0
50	El Borró	Google	Propietari	n.d	0
51	30 Panxes	WP	GNU	n.d	Trim
52	El Borronet	Google	Propietari	n.d	Anual
53	Cydonia	Google	Propietari	n.d	Mensual
54	Verdnou	Google	Propietari	n.d	0
55	La Unió del Poblenou	WP	GNU	n.d	Trim
56	La Cooperativa del Clot	WP	GNU	n.d	0
57	Cooperativa Mespilus	WP	GNU	n.d	Mensual
58	Estèvia	WP	GNU	n.d	Mensual
59	Girasol de Sant Martí	WP	GNU	n.d	0
60	Coop Pamapam	WP	GNU	n.d	Trim
61	Ecoaranyó	WP	GNU	n.d	Trim

A.8 (des)vestint aliments



(des)vestint aliments és un projecte que interpel·la consumidors, empreses i Govern a repensar el model de subministrament de la cadena alimentària, visibilitzant la traçabilitat dels productes agroalimentaris que la seva aparença amaga.

És una iniciativa que té voluntat transformadora i, per això, a través de l'art, promou l'acció.

Accions artístiques...

El projecte convida artistes, activistes, educadors i a qualsevol persona interessada en el tema a participar en la idea de vestir la traçabilitat dels aliments, per a que la nova indumentària desvesteixi aspectes socioeconòmics no visibles en la seva aparença habitual. En aquesta línia, el projecte aborda una aproximació a aspectes socials (justícia social, comerç ètic..), ambientals (petjada ecològica, malbaratament alimentari...), relacionats amb la manipulació dels aliments però també amb altres aspectes emocionals (consum cooperatiu,

producció social), saludables (dieta equilibrada, variada, saludable) o funcionals (preus versus comoditat).

... i accions didàctiques

(des)vestint aliments es presenta com un **projecte holístic** que té com a objectiu principal sensibilitzar sobre l'impacte ambiental que el consum deslocalitzat de productes agroalimentaris produeix, abordant la construcció d'un **pensament crític des d'un vessant artístic i pedagògic** que incideix en els beneficis que un consum de proximitat té en l'àmbit local.

Com a projecte amb un fort caràcter divulgador, (des)vestint aliments explora la **responsabilitat col·lectiva**, incidint en la pedagogia com a element indispensable per a la generació de valors comuns entre la ciutadania. En aquest marc és on se situen les diferents accions que presentem a continuació. Dinàmiques orientades a treballar noves capacitats i destreses entre els més petits i grans de la família, definides per abordar el poder transformador que el simple fet de consumir implica, i concretades des de la necessitat de sensibilitzar i experimentar al voltant d'aquesta realitat.

Les accions que presentem a continuació poden treballar-se conjuntament o de manera separada.


- **9spebrots:** Sensibilitza sobre l'impacte ambiental que un consum deslocalitzat de productes agroalimentaris provoca i incideix en els beneficis locals que un consum de proximitat té. Convida els/les participants a reflexionar i experimentar al voltant de la traçabilitat dels aliments.
- **fusióTeca:** Aborda les certeses que s'amaguen darrera d'allò que és visible (les etiquetes dels productes que consumim, per exemple) i invisible (què ens diuen els nostres sentits). Apropa les persones a la realitat que s'amaga darrera dels productes modificats genèticament (transgènics), explorant la importància de conèixer allò que mengem.
- **pomà:** Humanitza el consum d'aliments, visibilitzant les diferents persones que participen d'una o altra forma en la producció, distribució o comercialització d'un aliment i incidint en temes que van des de la justícia social a la Sobirania Alimentària, convidant els/les participants a reflexionar sobre la necessitat d'uns valors comuns a l'hora de consumir.
- **food waste ap(pear):** Sensibilitza la ciutadania sobre el malbaratament alimentari i la importància dels hàbits i costums en el consum d'aliments

com a eines de transformació social. Treballa la consciència sobre l'autoconsum i la seva relació i implicació amb el món exterior.

- **Patata:** Explora la memòria històrica, recuperant les lluites socials, causes i reivindicacions que han abanderat la lluita per la terra, per la dignitat dels pobles i les persones i per l'alimentació, promovent un consum responsable i un sistema agroalimentari basat en la justícia social. En quin món volen viure, com i per què.
- **Espera:** Reflexiona sobre el pas del temps i les conseqüències socioeconòmiques i en la nostra dieta que el consum de temporada, de proximitat pot provocar-hi. En aquesta línia, l'activitat promou l'autoorganització d'allò que consumim com a eina de transformació dels nostres hàbits alimentaris.



acció, **Art**, aliments



El paper de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació en el consum cooperatiu de productes agroecològics és rellevant. De totes maneres, no és només una qüestió de tecnologia, sinó de convertir els espais de reivindicació agroecològica, social, econòmica i política, forjats al llarg de les darreres dècades des de l'autogestió ciutadana, en una plataforma digital construïda amb els mateixos valors.