



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 93, Agosto 2018, pp. 293-318

¿Economía alternativa o tecnopolítica? Activismo desde el consumo cooperativo de productos agroecológicos

**Ricard Espelt
Ismael Peña-López
Enrique Rodríguez**
Universitat Oberta de Catalunya

Cómo citar este artículo: ESPELT, R., PEÑA-LÓPEZ, I. & RODRÍGUEZ, E. (2018): “¿Economía alternativa o tecnopolítica? Activismo desde el consumo cooperativo de productos agroecológicos”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 293-318, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.93.9460.

How to cite this article: ESPELT, R., PEÑA-LÓPEZ, I. & RODRÍGUEZ, E. (2018): “Alternative economy or technopolitics? Activism in food consumers’ cooperatives”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 293-318, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.93.9460.

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa
ISSN edición impresa: 0213-8093. ISSN edición online: 1989-6816.

© 2018 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.ciriec-revistaeconomia.es

¿Economía alternativa o tecnopolítica? Activismo desde el consumo cooperativo de productos agroecológicos

Ricard Espelt
Ismael Peña-López
Enrique Rodríguez

RESUMEN: *El cooperativismo agroecológico se configura a través del encuentro de dos corrientes que, a veces, han tenido trayectorias paralelas: el cooperativismo y la agroecología. En cualquier caso, ambos movimientos tienen como elemento común su dimensión política. En el contexto de la era de la Sociedad Red y de la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), este artículo estudia el vínculo entre los grupos de consumo agroecológico, como instrumento de promoción de una economía alternativa, y los movimientos sociales, como espacio de desarrollo de la tecnopolítica. Por un lado, se evalúa el papel del modelo de toma de decisiones en asamblea -liderazgo horizontal y distribuido-, como parte fundamental del funcionamiento autogestionado. Por otro lado, se estudia la relación entre el compromiso social y político de estas organizaciones y la conexión con los movimientos sociales. El campo de investigación del estudio se centra en los grupos y cooperativas de consumo de la ciudad de Barcelona y su relación con el movimiento 15M acaecido en el año 2011. Los resultados muestran la afinidad ideológica entre las organizaciones y el movimiento que se concreta a través de una participación individual y donde el papel de las TIC es fundamental.*

PALABRAS CLAVE: Cooperativismo, Agroecología, Movimientos Sociales, 15M, Tecnopolítica.

CLAVES ECONLIT: B59, L81, Q13, P2, P46, Z13.

Cómo citar este artículo / How to cite this article: ESPELT, R., PEÑA-LÓPEZ, I. & RODRÍGUEZ, E. (2018): "¿Economía alternativa o tecnopolítica? Activismo desde el consumo cooperativo de productos agroecológicos", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 293-318, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.93.9460.

Correspondencia: Ricard Espelt, Investigador postdoctoral en Dimmons, Internet Interdisciplinary Institute - Universitat Oberta de Catalunya; Ismael Peña-López, Doctor en Sociedad de la Información y el Conocimiento; Enrique Rodríguez, Graduado en Estadística y Antropología. Universitat Oberta de Catalunya. E-mail de contacto: ricardespelt@uoc.edu.

EXPANDED ABSTRACT

Alternative economy or technopolitics? Activism in food consumers' cooperatives

Agroecological cooperativism is made up by an inter-cooperation network articulated by producers and consumer groups that promotes the acquisition of agroecological products in the context of the Social and Solidarity Economy (Martín-Mayor et al., 2017). At the same time, as part of the anti-globalisation and territorial defense movement, it has political resolution (Vivas, 2010). In this sense, it frames its activity as a response to the homogeneity of global food chains (Mauleón, 2009; Khoury, 2014) and promotes a recovery of the «identity of the sites». This re-appropriation purpose is expressed -especially- in the social movements that emerged during 2011 that, according to Harvey (2012), link with the fight against capitalism and the demand for a collective management of common goods and resources. Across the area of Barcelona, where the map of consumer cooperatives is well defined (Espelt et al., 2015), it has been registered an increase of these kind of organizations during the 15M or the Spanish "Indignados" movement in 2011.

As embedded in the era of the Network Society and the expansion of Information and Communication Technologies (ICT), this article studies the correlation between agroecological consumer groups, as an instrument to promote an alternative economy, and social movements, as the space where technopolitics develop (Toret, 2013). That is, this article aims to corroborate whether agroecological cooperativism, which emerged in the late 20th century -and grew with remarkable strength during the second decade of the 21st century- and the profound crisis of legitimacy of the democratic institutions, with a rising participation in citizen extra-representative and extra-institutional movements, is connected.

This article has a double goal. On the one hand, to assess the existing relation between consumer and cooperative groups and the 15M movement and their ideological similarities, as self-managed movements that aim for social and political transformation. On the other hand, if applies, to study how this relation is shaped.

The main hypothesis of our research is that nowadays agroecological cooperativism possesses an acute activism component, which is why it is reasonable to predict a relative involvement of this activist cooperativism in movements such as 15M. However, former literature has explained and described the 15M movement as a form of activism that eminently operates outside the institutions and through a network organization. From that point on, a second hypothesis is formulated, proposing that activist cooperativism participation occurs individually, rather than collectively and/or

institutionally. That is, it is possible to identify overlaps between activists that take part both in cooperatives and social movements such as 15M, but it is not reasonable to foresee a relevant level of involvement of cooperatives, as collectives, in this movement.

In order to respond to the hypothesis, a questionnaire comprising two sets of questions has been designed. A first set aims to determine the level of accomplishment based on the SSE criteria. A second set of questions focuses on the correlation between the studied organizations and the 15M movement, and the relevance of ICT in their organization. Semi-structured interviews were sent between February 2015 and March 2016 with a sample of 44 groups and allowed us to gather information regarding the origins, motivation and functioning of each of them. The questionnaire about the relation between the groups and the 15M movement was sent between December 2015 and March 2016, and 37 responses were collected. Thus, the 37 groups that have completed both questionnaires and the semi-structured interview will be considered the sample for this research.

In order to assess the accomplishment level of the variables corresponding to each of the aspects of the Social Solidarity Economy and the relation of the organizations with the 15M movements, we have performed arithmetic measurements for each of the variables studied. To evaluate the performance of the formulated hypothesis we have applied a correlation and a factorial analysis upon the studied variables (Commitment, Ideology, Technology, Group Involvement and Individual Involvement) to quantify the existing association between variables (correlation) and to identify the latent existing relation between them (factorial), with the goal of gathering additional information that has allowed us to interpret the results of the individual classification (non-hierarchical segmentation). Once the groups have been obtained, significant differences between segments have been determined through a variance analysis (ANOVA).

The results of our research show that consumer groups are part of a larger group of organizations that conform the Social and Solidarity Economy (SSE), which, among others, values the promotion of spaces in which democratic participation is emphasised. If we constrain our analysis to 2011, just in a few cases the creation of new groups can be drawn from the influence of 15M. However, the entities created that year recognise the movement as an agent of change for the individuals in their condition of activists. At the same time, this research allowed us to determine three types of organizations: the traditional cooperative, which shows a low level of social commitment and a moderate level of individual participation, and that barely embraces ICT; the network cooperative, which adds social commitment and ICT usage; and the activist cooperative, which presents a greater group and individual involvement.

Despite the sample is limited in quantitative terms, the results confirm our hypothesis, which is to say, that cooperativism has a strong activist component. This finding points in the same direction with what Cantijoch (2009), Christensen (2011), Anduiza et al. (2014) or Peña-López et al. (2014) have expressed with regards to a strong (and even rising) tendency in extra-representative and

extra-institutional practices when it comes to take part in political participation or citizen activism. On the other hand, despite the classification of the groups in traditional, network and activist cooperatives, we dare to say that their relation with the 15M movement must be, therefore, exogenous, depending on a non-identified variable, which is highly probable individual and not consubstantial with consumer cooperativism. That is to say, one doesn't affiliate to a cooperative - as it's the case as well with political parties, labor unions or NGOs- in order to achieve other political goals, but rather that one's active participation in cooperativism constitutes the techno-political action by itself.

KEYWORDS: Cooperativism, Agroecology, Social Movements, 15M, Technopolitics.

1. Introducción

El cooperativismo agroecológico se conforma de una red de intercooperación articulada por productores y grupos de consumo para promover la adquisición de productos agroecológicos en el marco de la Economía Social y Solidaria (Martín-Mayor et al., 2017). El cooperativismo agroecológico tiene la voluntad de transformación económica -a través del desarrollo del mercado social (García, 2002)- pero también determinación política (Vivas, 2010), actuando en respuesta a la homogeneidad de las cadenas alimentarias globales (Mauleón, 2009; Khoury, 2014), como parte del discurso del movimiento antiglobalización y de defensa del territorio -muy significativo en Cataluña- y que conlleva la búsqueda de una recuperación de la «identidad de los lugares» para la promoción de alternativas sociales y económicas que favorezcan la relocalización (Nel-lo, 2015). Al mismo tiempo, rescata el aprendizaje del movimiento cooperativo, de larga tradición en la ciudad de Barcelona y el conjunto del territorio catalán, para la autogestión de bienes (Dalmau y Miró, 2010).

Esta voluntad de reapropiación es manifestada -especialmente- en los movimientos sociales acaecidos durante el año 2011 que, según Harvey (2012), conectan con la lucha contra el capitalismo y la demanda de una gestión colectiva de los recursos y bienes comunes sobre los cuales se siente una amenaza (Lafuente, 2007; Miró, 2015) y promueven un reforzamiento de las formas de gestión democráticas (Subirats, 2011) en el contexto de una ciudad en crisis, víctima de grandes desigualdades sociales (Subirats y García Bernardos, 2015).

Después de esta breve introducción, en el siguiente apartado se presenta la dimensión política del cooperativismo agroecológico. La tercera sección sitúa el papel de la tecnopolítica en la búsqueda de espacios de representación política extrainstitucional. El cuarto apartado describe el marco de estudio en la ciudad de Barcelona. A continuación, se detallan los principales objetivos del artículo y se formula la hipótesis de trabajo. La sexta sección se centra en argumentar la metodología empleada y, en el séptimo apartado, se presentan los resultados. Finalmente, se discute el análisis y se exponen las conclusiones.

2. Cooperativismo agroecológico: consumo autogestionado politizado

Los grupos y cooperativas de consumo agroecológico forman parte del conjunto de organizaciones que promueven el consumo de productos alimentarios de proximidad y desintermediado (Binimelis

y Descombes, 2010) y, al mismo tiempo, se incluyen en el conjunto de prácticas propias de la Economía Social y Solidaria (ESS) que es, al mismo tiempo, práctica económica y movimiento social (Fernández y Miró, 2016).

El cooperativismo agroecológico, por un lado, se apoya en los valores cooperativos -la ayuda mutua, la responsabilidad, la democracia participativa, la igualdad, la equidad y la solidaridad- que se relacionan con la capacidad de autonomía de las personas que forman parte de una entidad para impulsar una actividad determinada de forma colectiva (Celis Minguet, 2003). Por otro lado, la agroecología, a diferencia de la agricultura ecológica, no solo se preocupa de que el tipo de producción sea más respetuosa con el medioambiente, sino también de la capacidad para transformar social y políticamente el modelo de consumo, poniendo a la persona y no al capital en el centro de la economía (Badal et al, 2010; Martín-Mayor et al., 2017). Por este motivo, la agroecología, sitúa a la organización cooperativa desde una perspectiva local como una forma de instrumentalizar la acción autogestionada al margen del modelo capitalista (Vivas, 2014).

Así, parece evidente que esta caracterización organizativa se corresponde con los formatos que fundamentan el modelo de acción del movimiento 15M, basado en la autogestión -a través de la organización de comisiones por ámbitos- y la toma de decisiones horizontal y abierta, con la asamblea como instrumento, para visibilizar -gracias a la confluencia de otras corrientes, como el ecologismo social o el feminismo- las alternativas de la economía social y su articulación en la construcción del mercado social (Crespo y Sabín, 2014), entre las cuales se menciona a los grupos de consumo agroecológicos.

3. Tecnopolítica y representación extrainstitucional

La arena política española ha sufrido una enorme transformación tanto en las últimas cinco décadas como en los últimos diez años. Si tomamos como referencia la restaurada democracia, la intención de voto sufre, por una parte, una evolución hacia la concentración y, por otra, hacia la institucionalización. Todo ello fruto tanto de la normalización de la política como de las reglas de juego fijadas en la Transición.

Sin embargo, a partir de 2004, España parece entrar en una «segunda transición» (Peña-López, 2013b) que, aunque no cambia sobremanera las grandes tendencias, sí apunta al menos dos puntos de ruptura: uno, a partir de los atentados de Atocha en marzo de 2004; otro, debido a la salida a escena de los partidos políticos surgidos a lo largo de 2014 y al influjo de los movimientos sociales que eclosionan el 15 de mayo de 2011.

Es en esta última década cuando tienen lugar dos grandes aprendizajes. El primero es que, tras un cierto desencanto con la llamada Política 2.0 (Peña-López, 2011), se abren paso otros usos transformadores de la política, acompañados de nuevos tipos de organización: la tecnopolítica (Toret, 2013). El famoso «pásalo» (Traficantes de Sueños, 2004) es, de algún modo, el disparo de salida de nuevas apropiaciones de la tecnología que derivarán en nuevas formas de información y nuevas formas de comunicación que, de algún modo, tienen su culminación en la demostración de poder organizativo de las acampadas y posterior movilización de los indignados del 15M (Peña-López, 2013b). Segundo, que alrededor del 15M, durante su gestación en los años anteriores, así como en sus años posteriores, veremos florecer plataformas, mareas y movimientos en general (Batalla Adam, 2014) que se caracterizan por un fuerte compromiso político que, sin embargo, canaliza su activismo fuera de las instituciones -incluidas muchas de las tradicionales de la sociedad civil organizada como sindicatos u ONG-.

Así, por una parte, se experimenta con nuevos modos de producción de tipo emergente, de organización altamente distribuida y cuyo liderazgo dista mayormente de los liderazgos jerárquicos del pasado (Benkler, 2006). Esta producción emergente se fundamenta no tanto en el proyecto y la planificación, sino en la concurrencia de múltiples actores que vendrán a contribuir de formas diversas -incluso dispares- pero con resultados que, aplicados en la política, darán lugar a propuestas con un fuerte componente de base (Noveck, 2005). Se configura así un ecosistema de participación política que va desde lo más estructurado hasta lo puramente circunstancial, rayando en lo frívolo, pero significativo en su todo, generando claros patrones de participación y tendencias a medio plazo (Peña-López, 2013a).

Por otra parte, los espacios de participación se reconfiguran y, en muchos casos, deben estructurarse de nuevo. A las nuevas prácticas emergidas de Internet (Christensen, 2011) se suman nuevos espacios a menudo ubicados fuera del ámbito institucional o de la política representativa (Cantijoch, 2009). Es en estas nuevas prácticas y en estos nuevos espacios donde vamos a encontrar a un grueso de los ciudadanos autoexiliados de las instituciones, pero en absoluto inhibidos de la participación política y del activismo más comprometido.

Estos nuevos espacios o entornos (Echeverría, 1999) se tejen, en parte, gracias a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Estas son capaces de subvertir la lógica unidireccional del poder de los medios (Castells, 2009) y, con ello, permiten lógicas geográficas distintas, híbridas entre lo físico y lo virtual, reconfigurables (Castells, 2012).

Uno de estos nuevos espacios es, sin duda, la ciudad. Pero no una ciudad al uso, estática, prefijada, sino una ciudad como un espacio de producción (Lefebvre, 1991), que tiene el potencial de configurarse al mismo tiempo como infraestructura y como método (Corsín Jiménez y Estalella, 2014) y que, con ello, acaba construyendo un nuevo espacio urbano (Martínez Roldán, 2011) que el activismo ciudadano usa para sus fines políticos, a la vez que establece una nueva geografía de lugares.

Es en este punto en el que creemos que es legítimo hacer entrar en la ecuación a la Economía Social y Solidaria en general y, en particular, a las cooperativas de consumo de productos agroecológicos. No es casual la emergencia de un fuerte cooperativismo a la luz de la revolución digital, un cooperativismo que, además de las funciones tradicionales del siglo XIX, parece incorporar, por un lado, nuevas herramientas de trabajo y coordinación y, por otro, una nueva ética que resuena en muchas otras iniciativas del momento, especialmente a partir de la segunda década del siglo XXI.

Queremos considerar aquí, pues, la posibilidad de que ese cooperativismo forme parte de ese nuevo ecosistema de lugares, de infraestructuras de activismo, que van a añadirse al acervo del movimiento 15M y que van a sincronizarse (Monterde, 2015) con otros espacios como las asambleas, u otros movimientos como el feminista.

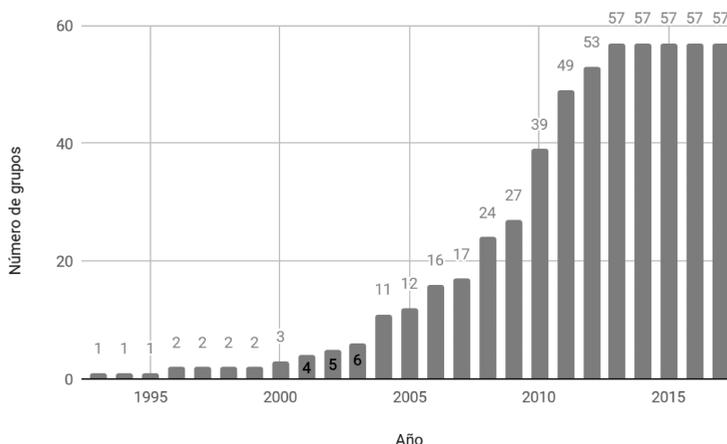
4. El marco de la ciudad de Barcelona

En el caso de Barcelona, las movilizaciones y conflictos sociales, acaecidos desde su surgimiento como uno de los principales centros industriales del sur de Europa en el siglo XIX hasta la metrópolis actual, son parte fundamental de la historia de la ciudad y su definición. Estos movimientos sociales centran la reivindicación en los equipamientos y la calidad urbana durante la Transición, derivando a una mayor preocupación por temas ambientales y de defensa del territorio en el periodo de expansión económica (1996-2007) y, en los últimos años, se focalizan en las condiciones de vida de la población y en la promoción de formas alternativas de producción y circulación de bienes y servicios (Nel-lo, 2015).

La Economía Social y Solidaria tiene un impacto económico agregado de 3.750 millones de euros -el 7 % del PIB- en la ciudad de Barcelona (Fernández y Miró, 2016). Se contabilizan 4.718 iniciativas socioeconómicas vinculadas a la ESS, con 53.000 personas contratadas, más de 500.000 personas socias de organizaciones de la ESS y 100.000 voluntarias. En el «Mapa de la Innovación Social en Cataluña» (Blanco et al., 2015) las prácticas relacionadas con la economía y el consumo alternativo, donde se sitúan los grupos y las cooperativas de consumo, son el ámbito más destacado (51,8 %).

En la evolución de los grupos y cooperativas de consumo agroecológico de la ciudad de Barcelona (Figura 1) observamos tres oleadas (Vivas, 2014): las iniciativas pioneras, en la década de 1990; una segunda fase de expansión, a partir del cambio de siglo; y una tercera de crecimiento muy relevante -con la aparición de trece nuevas organizaciones- en 2011, coincidiendo con el movimiento 15M y la voluntad de fomentar modelos de participación extrarrepresentativos (Peña-López, 2013a). De los treinta y seis grupos de consumo identificados en 2009 (Ubasart, Ràfols y Vivas) se crece a los cincuenta y siete en 2017 (Espelt, 2018).

Figura 1. Histograma de la evolución del número de grupos y cooperativas agroecológicas de la ciudad de Barcelona (1993-2017)



FUENTE: Elaboración propia.

5. Principales objetivos e hipótesis

Este artículo quiere refrendar si el cooperativismo agroecológico, surgido a partir de los últimos años del s. XX -con especial fuerza a partir de la segunda década del s. XXI- y la profunda crisis de legitimidad de las instituciones democráticas, con una creciente participación en movimientos ciudadanos extrainstitucionales y extrarrepresentativos, tienen alguna relación. Es decir, si el cooperativismo puede considerarse otra forma de activismo ciudadano, de manera que trascienda el ámbito estrictamente económico de establecer nuevos circuitos, o el ámbito estrictamente doméstico, al buscar nuevos canales de consumo con productos distintos y más ajustados a los propios gustos.

En el contexto español, y en concreto en el de la ciudad de Barcelona, tenemos dos casos que pueden resultar de gran interés y utilidad para ensayar una respuesta a la pregunta anterior. Por una parte, el mapa de cooperativas de consumo está bien delimitado (Espelt et al., 2015) y permite observar el crecimiento en el tiempo apuntado anteriormente. Por otra parte, el movimiento 15M o de los

indignados españoles marca un hito único en la historia reciente que puede ayudar a delimitar también la esfera del activismo político. Cabe preguntarse, pues, si hay alguna relación entre el nuevo cooperativismo de consumo de productos agroecológicos con el movimiento 15M. ¿Participaron las cooperativistas en el 15M? Si lo hicieron, ¿fue a título personal o de forma colectiva e/o institucional?

El objetivo de este artículo es doble. Por un lado, evaluar la relación existente entre los grupos y cooperativas de consumo con el movimiento 15M y la coincidencia ideológica entre ambos, en tanto que movimientos autogestionados y con voluntad de transformación social y política. Por otro lado, si es el caso, estudiar cómo se produce la relación entre los grupos de consumo y el movimiento 15M.

La hipótesis principal de la investigación es que hoy en día hay un cooperativismo agroecológico que tiene un fuerte componente de activismo, por lo cual cabe esperar una cierta participación de dicho cooperativismo de corte activista en movimientos como el 15M. No obstante, la literatura que ha descrito y explicado el movimiento 15M lo hace como un activismo que sucede eminentemente fuera de las instituciones y con una importante organización en red. A partir de ello, se formula una segunda hipótesis postulando que la participación del cooperativismo activista sucede de forma individual pero no colectiva e/o institucional. Es decir, se encuentran solapamientos entre activistas que participan en cooperativas, así como en el 15M, pero no es de esperar una gran participación de las cooperativas, en cuanto a colectivos, en dicho movimiento.

6. Metodología

La presente investigación se centra en el análisis de las sesenta cooperativas y grupos de consumo agroecológico identificadas en la ciudad de Barcelona -desde su aparición en 1993- en un estudio previo (Espelt et al., 2015). Algunas de las organizaciones han concluido su actividad pero se han contabilizado en el cómputo de la población ya que en el año 2011 estaban activas.

Para la realización de este artículo se ha diseñado un cuestionario con dos bloques de preguntas. Por un lado, el bloque de preguntas correspondientes a la evaluación del cumplimiento de los criterios de la Economía Social y Solidaria y, por otro, el bloque de preguntas relacionadas con el vínculo entre las organizaciones observadas y el movimiento 15M y la relevancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su organización.

El bloque de preguntas que evalúa la pertinencia de las organizaciones que son objeto de este estudio en el conjunto de entidades que forman la Economía Social y Solidaria incorpora el cuestio-

nario Pam a Pam (XES y SETEM, 2015). Este cuestionario evalúa a las organizaciones en tres ámbitos: impacto social (circuitos de proximidad, comercialización justa, transparencia económica, integración social, intercooperación, participación en otras redes y uso de servicios de banca ética); impacto ambiental (criterios ecológicos, gestión de residuos y eficiencia energética) e impacto organizativo (horquilla salarial, desarrollo personal y profesional, equidad de género, democracia interna y uso de licencias o programario abierto). La evaluación se realiza a través de una gradación de 0 a 5 que se otorga según el compromiso con cada uno de los indicadores referenciados y a través de la metodología fijada por XES y SETEM (2015). Hay que destacar que, según los criterios de evaluación de Pam a Pam, los indicadores se cumplen o no (0) y la gradación (del 1 al 5) determina el grado de excelencia.

El bloque de preguntas relacionado con el compromiso social y político del grupo y el uso de las TIC contempla: 1) el nivel de compromiso social y político del grupo, 2) la correspondencia ideológica con el 15M, 3) el vínculo del grupo con el 15M, 4) el vínculo a nivel individual con el 15M y 5) el nivel de influencia de las TIC en su funcionamiento. En el caso de que el grupo se constituya durante o posteriormente al movimiento, el cuestionario incluye un ítem para conocer el grado de influencia del 15M en el compromiso social y político del grupo y el nivel de uso de las TIC en su participación. Cada variable proporciona un valor del 0 al 10.

La realización del cuestionario Pam a Pam se realiza -entre febrero de 2015 y marzo de 2016- a través de entrevistas semiestructuradas con la participación de cuarenta y cuatro grupos. Mediante las entrevistas se obtiene también información relativa al origen del grupo, sus motivaciones y su funcionamiento. El cuestionario del vínculo entre los grupos y el movimiento 15M se envía -entre diciembre de 2015 y marzo de 2016- a través de un formulario web de Google y se obtienen treinta y siete respuestas. Para la presente investigación se considera como muestra de la población a las treinta y siete organizaciones que han completado ambos cuestionarios y la entrevista semiestructurada.

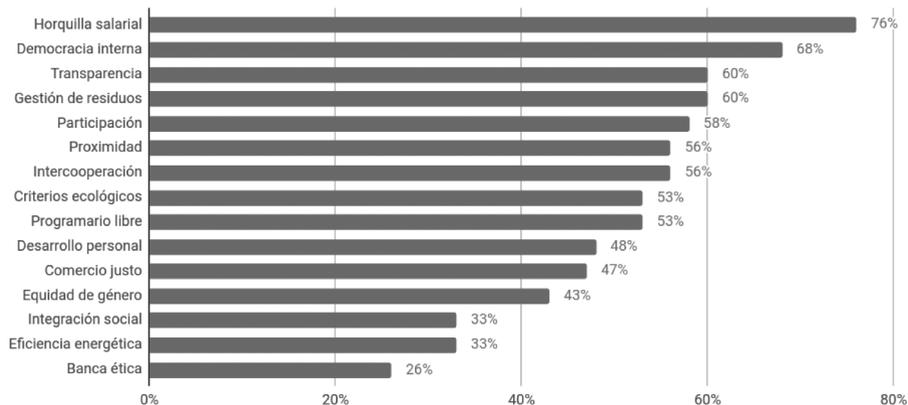
Para comprobar el nivel de cumplimiento de las variables correspondientes a cada uno de los ámbitos de la Economía Social y Solidaria y del vínculo de las organizaciones con el 15M se han realizado medias aritméticas de cada una de las variables de estudio. Para evaluar el comportamiento de la hipótesis formulada se ha aplicado un análisis de correlación y un análisis factorial sobre variables en estudio (Compromiso, Ideología, Tecnología, Vinculación Grupo y Vinculación Individual) para cuantificar la relación existente entre variables (correlación) e identificar la existencia de relación latente entre las variables en estudio (factorial), con el objetivo de disponer de una información adicional que permita interpretar el resultado de la clasificación de individuos (segmentación no jerárquica). Una vez obtenidos los grupos, se evalúa la existencia de diferencias significativas entre segmentos mediante un análisis de la varianza (ANOVA).

7. Resultados

En relación a la pertenencia de los grupos de consumo al conjunto de organizaciones de la Economía Social Solidaria (Figura 2), se observa un cumplimiento mínimo en todos los criterios definidos por el cuestionario Pam a Pam. En cualquier caso, si hacemos un análisis más detallado, determinamos tres grupos según el promedio de cumplimiento:

- Horquilla salarial equitativa, democracia interna, proximidad, transparencia, gestión de residuos, criterios ecológicos y comercio justo, con un cumplimiento superior al 70%, son criterios de excelencia entre las cooperativas y grupos de consumo.
- Participación en otras redes, intercooperación, desarrollo personal, equidad de género y software libre tienen un cumplimiento medio (entre el 30 y el 70%).
- Eficiencia energética, integración social y finanzas éticas, con un porcentaje inferior al 30%, tienen un cumplimiento mínimo.

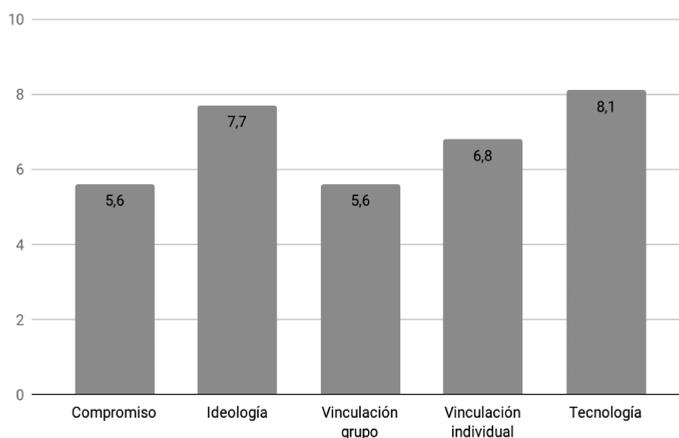
Figura 2. Porcentaje de cumplimiento de los criterios de la ESS de las iniciativas mapeadas en Barcelona (2015-2016)



FUENTE: Pam a Pam. Elaboración propia.

En relación al vínculo de los grupos y cooperativas de consumo con el movimiento 15M (Figura 3) se observa que las organizaciones determinan que su nivel de compromiso social y político es de 5,6 sobre 10, mientras que el nivel de identificación ideológica con el movimiento 15M es de 7,7 sobre 10. La relación con el movimiento a nivel grupal es de media del 5,6 sobre 10 y a nivel individual del 6,8. Finalmente, los grupos señalan que la tecnología tiene un valor de 8,1 sobre 10 en su funcionamiento.

Figura 3. Porcentaje de cumplimiento de los criterios que determinan el vínculo de los grupos de consumo con el movimiento 15M



FUENTE: Elaboración propia.

7.1. Análisis de la relación entre variables (Correlación)

Se aplica un análisis de correlaciones (Tabla 1) para evaluar la relación existente entre las variables: compromiso social y político global del grupo, afinidad con la ideología del movimiento 15M, uso de las TIC para el activismo político, grado de vinculación del grupo con el 15M y grado de vinculación individual con el 15M. Este conjunto de variables permite determinar la politización de la organización, la identificación con el movimiento 15M, los niveles y los tipos de participación (individual y grupal) durante el movimiento y el papel de las TIC en la articulación política de la cooperativa.

Tabla 1. Importancia de los factores cuestionario TIC-15M. Matriz de correlaciones

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación Individual
Compromiso	-				
Ideología	0,32	-			
Tecnología	0,24	-0,10	-		
Vinculación Grupo	0,38	0,18	-0,06	-	
Vinculación Individual	0,29	0,30	-0,06	0,39	-

FUENTE: Elaboración propia. Significativas a partir de 0,7.

Una vez evaluada la correlación, no se identifica ninguna combinación de variables con una relación significativa (índice de correlación superior a 0,7).

7.2. Reducción de variables a Factores (Análisis factorial)

A la vista de la correlación existente entre variables, se aplica un análisis factorial de rotación de los componentes principales -a través del método Varimax- que permite minimizar el número variables, creando nuevas variables (factores) que son una combinación lineal de las variables originales y incorrelacionadas entre ellas. Una vez estimadas las funciones lineales se conservan 3 factores para restituir la información original de acuerdo con los criterios de restitución mínima (% variación acumulada > 70 %) y criterio de Kaiser (Valor Propio superior a 1).

Tabla 2. Importancia de los factores cuestionario TIC-15M (Análisis factorial de rotación Varimax)

Indicadores análisis Factorial	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Desviación estándar / Valor Propio	1,39	1,07	0,91	0,80	0,67
Porcentaje de varianza	0,39	0,23	0,17	0,13	0,09
Porcentaje de varianza acumulada	0,39	0,62	0,78	0,91	1,00

FUENTE: Elaboración propia. Sombreados los valores más destacados.

Los factores quedan correlacionados con las variables originales de la siguiente manera:

Factor 1 -> Compromiso, Vinculación del grupo con el 15M y Vinculación individual con el 15M.

Factor 2 -> Tecnología.

Factor 3 -> Ideología.

Tabla 3. Correlación entre las variables del cuestionario TIC-15M y los factores rotados (Análisis factorial)

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación 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

FUENTE: Elaboración propia. Sombreados los valores más destacados.

La relación con el 15M podría sintetizarse en tres factores: Compromiso/Vinculación, Tecnología e Ideología. Es decir, el grado de compromiso social y político del grupo y su vínculo con el 15M (grupal e/o individual), la importancia que la organización da a las TIC para el activismo político (Tecnopolítica) y el nivel de afinidad con los valores del movimiento 15M.

7.3. Identificación de grupos de individuos (Análisis clúster)

Mediante el análisis de clúster jerárquico se busca «n» grupos homogéneos (para n= 1, 2, 3...), donde cada uno de los individuos tenga características lo más similares posibles con el resto de individuos del grupo y sea lo más diferente posible respecto al resto de grupos. Para ello, se coge como referencia la distancia euclidiana existente entre cada uno de los individuos y el resto con el objetivo de identificar el grupo al que podría asignarse cada uno de ellos.

Se aplica un análisis clúster jerárquico (Tabla 4) sobre las variables «Compromiso», «Tecnología», «Ideología», «Vinculación con el individuo» y «Vinculación con el grupo» para tener una primera aproximación descriptiva de cómo los individuos tienden a agruparse.

Tabla 4. Clúster sobre las variables del cuestionario TIC-15M

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación 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

FUENTE: Elaboración propia. Sombreados los valores más destacados.

La media de las variables de cada clúster permite conocer mejor cada grupo de organizaciones, determinando las características que les son comunes y, así, bautizarlas con una denominación específica.

Una vez estudiado el resultado del análisis clúster jerárquico se escoge la solución de distribuir en tres grupos el clúster de k-medias debido a que:

- Tres grupos presentan una distribución de tamaños similar y con un número de individuos lo suficientemente relevante como para extraer conclusiones (Tabla 5).

Tabla 5. Tamaño de los clústeres

Clúster 1	16
Clúster 2	6
Clúster 3	15

FUENTE: Elaboración propia.

- Muestra resultados diferenciados respecto a las variables «Compromiso» y «Vinculación con el grupo» que permiten perfilar hábitos de colaboración diferentes (Tabla 6).

Tabla 6. Media de las variables del cuestionario TIC-15M por clúster

	Compromiso	Ideología	Tecnología	Vinculación Grupo	Vinculación 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

FUENTE: Elaboración propia. Sombreados los valores más destacados.

7.4. Caracterización de los clústeres respecto a variables de Pam a Pam (Análisis ANOVA)

Se aplica un análisis de la Varianza (Tabla 7) para evaluar la existencia de diferencias en la media de las variables del cuestionario de Pam a Pam respecto a los diferentes valores que puede tomar el factor Clúster (1 a 3).

Dado que el valor P es superior a 0,05 (que es el nivel de significación que se utiliza habitualmente para hacer contrastes de hipótesis) se acepta la hipótesis nula del contraste que se está haciendo (Ho: la valoración media para los diferentes segmentos es la misma).

Tabla 7. Contraste de igualdad de las medias de las variables por clúster de acuerdo con un análisis de la variancia (ANOVA)

Variables cuestionario Pam a Pam	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Signif. ANOVA (p-valor)
Criterios ecológicos	7,90	8,0	8,0	0,96
Eficiencia energética	2,20	3,00	3,10	0,70
Gestión de residuos	7,6	8,00	8,1	0,21
Software libre	5,10	3,60	4,9	0,71
Equidad de género	3,00	5,00	2,8	0,07
Democracia interna	9,60	10,00	10	0,31
Profesión personal	4,10	5,30	4,3	0,61
Niveles salariales	10,00	10,00	10,00	0,07
Cooperación	5,00	4,30	5,10	0,85
Finanzas éticas	1,40	1,60	1,70	0,85
Comercio justo	7,40	7,00	7,90	0,38
Participación	7,10	4,60	5,5	0,19
Proximidad	8,4	7,7	8,3	0,27
Integración social	2,1	2,0	1,90	0,92
Transparencia	7,8	8,0	8,1	0,57

FUENTE: Elaboración propia.

8. Discusión del análisis

Las cooperativas y grupos de consumo analizados tienen un grado importante de compromiso social y político (56%). Esta conexión se demuestra con la alta afinidad con la ideología del movimiento 15M (78%) y el alto grado de implicación de las personas que forman parte de los grupos (69%). Sin embargo, se confirma que, a nivel de grupo, el grado de implicación, en general, es bajo (27%).

La curva de constitución de los grupos creados a partir de 1993 tiene un pico de crecimiento relevante en el año 2011 cuando, durante el mes de mayo, se produjo el movimiento 15M. Según las respuestas recogidas durante las entrevistas realizadas, la creación de nuevos grupos de consumo, en algunos casos, puede vincularse directamente a la influencia del 15M. Este es el caso, por ejemplo, de la Cooperativa 30 Panxes, donde el encuentro en la plaza entre dos personas que estaban en la lista de clientes de una tienda agroecológica, que había concluido su actividad, facilitó su creación. En otros casos, a pesar de que el grupo fuese creado durante el 2011, no se puede vincular directamente a una acción o encuentro sucedido en la plaza. En cualquier caso, los grupos y cooperativas de consumo entrevistados y creados ese año reconocen al movimiento como un catalizador para las personas que lo integran en su condición de activistas. Respecto a los grupos fundados con anterioridad al 15M, el vínculo con el movimiento tiene un carácter diverso. De todas formas, todos los grupos entrevistados, fundados pre, durante y post 15M, vinculan su compromiso social y político con el barrio y sus causas.

La baja correlación de las principales variables (compromiso social y político, coincidencia ideológica con el 15M, vinculación grupal e individual con el 15M, intensidad de uso de las TIC), nos indica su relativa independencia y, en consecuencia, su gran valor explicativo.

Agrupados a través del análisis factorial, se hallan tres factores que se pueden considerar significativos. Un primer factor que agrupa la vinculación con el 15M (tanto colectiva como individual) y el compromiso social y político; un segundo factor que remarca la intensidad de uso de la tecnología en las cooperativas de consumo cooperativo; y un tercer factor que recoge la coincidencia ideológica con el 15M. Llama especialmente la atención ese primer factor, que agrupa la vinculación con el compromiso social en lugar de con la coincidencia ideológica con el 15M, que parecería más intuitivo.

No obstante, este hallazgo se antoja más lógico con lo expuesto en el planteamiento teórico y metodológico. Lo que este factor estaría explicando no es un «sentimiento 15M», sino el grado de activismo: una persona es activista comprometiéndose con la cooperativa, a la vez que comprometiéndose con el movimiento 15M, mientras que la ideología (entendida como simpatía, con o sin acción) va aparte.

El siguiente grupo de análisis -el clúster jerárquico y el clúster de k-medias- ayuda a agrupar las cooperativas según su «comportamiento». Con los resultados se definen tres tipos de cooperativa:

- Cooperativa tradicional (clúster 2): el grupo empatiza con el 15M, pero no participa de forma grupal en el movimiento y solo medianamente de forma individual, con lo que se entiende que su objetivo no está tan politizado. Por otra parte, el uso de las TIC es medio y sensiblemente menor que el de las otras cooperativas.
- Cooperativa en red (clúster 1): la cooperativa ha incorporado fuertemente las TIC, así como una simpatía con el 15M. Su compromiso social es medio, mucho más elevado que en la precedente, y sus miembros se incorporan notablemente al movimiento 15M, aunque casi exclusivamente de forma individual.

- Cooperativa activista (clúster 3): parecida a la anterior en incorporación de las TIC, compromiso social (algo mayor) y simpatía con el 15M. Se diferencia de la anterior, no obstante, en su mayor participación a nivel grupal en el 15M, probablemente por el tirón de la elevadísima participación individual.

En resumen, la cooperativa tradicional tiene bajo compromiso social e incorporación de las TIC, así como una moderada participación individual; la cooperativa en red añade un mayor compromiso social y uso de las TIC; y la cooperativa activista suma la vinculación de grupo y una mayor vinculación individual.

El análisis de caracterización a través de la ANOVA no nos aporta ninguna diferencia significativa entre los tres tipos de cooperativa en ninguna de las 15 dimensiones escogidas. Es decir, nos hallamos ante tres tipos de cooperativa que tienen comportamientos significativamente distintos a pesar de ser esencialmente parecidas en sus características. No hay motivos para pensar que las cooperativas se hayan decantado hacia distintos comportamientos o aproximaciones al factor 15M debido a su diseño institucional, o a principios diferentes.

La diferencia entre los distintos grados de compromiso social y político, que coincide con las diferencias entre la adopción de las TIC, hace sospechar que pueda haber una relación entre ambas. Si bien no se puede afirmar con rotundidad, no niega la hipótesis de un activismo de naturaleza tecnopolítica en dos tipos de cooperativa. Hay que destacar ahora que esos dos grupos suman 31 de los 37 casos estudiados, es decir, el 84 % de la muestra. Sin llegar con ello a contrastar la hipótesis -los datos son débiles y la muestra pequeña-, sí parece que la tendencia es clara: una abrumadora mayoría de cooperativas parecen estar alineadas con la tesis de un cooperativismo como activismo tecnopolítico.

Por otro lado, algunas de las cooperativas y grupos de consumo tienen su sede en un local con otras entidades, formando un ateneo. En estos casos, la aproximación al 15M se produce como parte del colectivo de entidades que conforman el ateneo. Este es el caso, por ejemplo, del grupo El Borró, situado en el Ateneu l'Harmonia, Casal de Sant Andreu. El compromiso social y político, con carácter local, se refuerza con la propia esencia de la actividad económica de los grupos, que tienen en el consumo de productos de proximidad uno de sus puntos fuertes (82%, según el cuestionario de la Economía Social y Solidaria definido por Pam a Pam). Un consumo vinculado a una consideración por la justicia social de todo el proceso de elaboración y comercialización del producto (82%, según el cuestionario de la Economía Social y Solidaria definido por Pam a Pam).

Si se sitúa la atención en la propia organización, también se observan lazos importantes entre las cooperativas y el movimiento 15M. La autogestión, en términos de equidad en la dedicación y la distribución de tareas a través de comisiones que caracterizan las cooperativas (100%, según el cuestionario de la ESS), y la toma de decisiones horizontal a través de asambleas (98%, según el cuestionario de la ESS) conforman también el funcionamiento del 15M. Teniendo en cuenta que la

participación en el movimiento social por parte de los integrantes de las cooperativas se produce a nivel individual, podemos establecer que la dinámica de funcionamiento se retroalimenta.

En relación al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se observa una correlación entre la importancia que tienen para el funcionamiento de la cooperativa (82%) y, también, para gran parte de aquellas personas que participaron en el 15M (70%). Este es un aspecto especialmente relevante, si se considera que, según el informe publicado por la Fundación Barcelona Mobile World Capital, «La brecha digital de la ciudad de Barcelona» (RocaSalvatella, 2016), las cooperativas, como parte del tejido asociativo de la ciudad, usan las TIC para la participación en movimientos sociales de forma estable en todas las franjas de edad: 23% en la franja de 16 a 24 años, 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 y 21% en la de 65 a 74. Es decir, el uso de Internet para la participación en movimientos sociales y asociativos implica entre el 20% y el 30% de la ciudadanía de todas las edades. De hecho, según el estudio referido, este es el indicador que menos diferencia intergeneracional genera en la valoración de la brecha digital en la ciudad.

9. Conclusiones

Como hemos anticipado en el análisis de resultados, los índices de participación a nivel de grupo son bajos y a nivel individual altos. A pesar de ello, como recogen algunas de las personas de los grupos entrevistadas, el periodo del movimiento 15M fue un proceso de autoafirmación de su condición de activistas y una fase óptima para explicar los valores y el funcionamiento de la organización a otros vecinos y vecinas del barrio, mejorando, en este caso, el arraigo con el entorno más próximo.

El resultado de la investigación iría en la línea de corroborar nuestra hipótesis de que el cooperativismo tiene un fuerte componente de activismo. Esto iría en concordancia con lo que exponen Cantijoch (2009), Christensen (2011), Anduiza et al. (2014) o Peña-López et al. (2014) cuando hablan de una fuerte (incluso creciente) tendencia a las prácticas extrarrepresentativas o extrainstitucionales a la hora de tomar parte en acciones de participación política o de activismo ciudadano.

Por otro lado, a pesar de la caracterización entre cooperativas tradicionales, en red y activistas, nos aventuramos a decir que su vinculación con el 15M debe ser, por tanto, debida a una variable exógena a la cooperativa, dependiendo de un factor no recogido, muy probablemente individual y no consustancial al cooperativismo de consumo.

De nuevo, lo que conocemos de las prácticas de las «nuevas» cooperativas (por distinguirlas de las tradicionales de los siglos XIX y XX) vuelve a reforzar este activismo cooperativista, fuertemente

arraigado en el factor urbano (Nel-lo, 2015) y a partir del cual se fragua una ciudad tomada no ya únicamente como espacio geográfico, estrictamente en términos de residencia, sino como un espacio de innovación social (Blanco et al., 2015), de creación de identidad, a la vez que instrumento (Corsín y Estalella, 2014), o incluso de lucha (Dalmau y Miró, 2010).

El hecho de que ese activismo sea todavía tímido a nivel grupal, en cuanto a vinculación directa del colectivo (la mitad de los casos), creemos que refuerza la hipótesis de la tensión que viven hoy en día muchas instituciones de la tecnopolítica: primero, que la pulsión por una participación extrarrepresentativa o extrainstitucional es fuerte; segundo, que la persona activista tecnopolítica ve en el cooperativismo no una plataforma para el activismo, sino un fin en sí mismo. Es decir, no acude a la cooperativa -como no acude al partido o al sindicato o a la ONG- para poder alcanzar otros fines políticos, sino que su participación activa en el cooperativismo es en sí la acción tecnopolítica.

Por otra parte, las cooperativas y grupos de consumo forman parte de las prácticas que promocionan los Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), basados en la desintermediación y el consumo de productos de proximidad y en que su producción y comercialización generen el menor impacto ambiental posible; es decir, criterios que incluye la Economía Social y Solidaria. Dado que las tipologías que ofrecen los CCC son diversas: tiendas especializadas, venta en mercado, venta directa a domicilio, sistemas de apadrinamiento..., pero no contemplan la compra colectiva, autogestionada y con sistema de gobernanza asamblearia, podemos afirmar, con los resultados de esta investigación, que las cooperativas y consumo agroecológico fomentan un consumo basado en los CCC y, al mismo tiempo, el activismo social y político.

En relación al uso de las TIC, concluimos que la tecnología es un elemento determinante tanto en la función organizativa, como activista de aquellas personas que configuran las cooperativas y grupos de consumo. Esta observación, sumada a los resultados del informe de la brecha digital en la ciudad de Barcelona (RocaSalvatella, 2016), permite determinar que hay una correlación intergeneracional entre aquellas personas que pertenecen a una cooperativa, participan en movimientos sociales y utilizan las TIC para ello.

Finalmente, retomando el hilo inicial de este artículo sobre la acción de las cooperativas, como prácticas de «innovación social» o «prácticas sociales autogestionadas», y su capacidad para crear alternativas económicas e influir social y políticamente en el marco de la transformación de la ciudad, observamos, como apunta Nel-lo en el ensayo «La ciudad en movimiento: Crisis social y respuesta ciudadana» (2015), que determinadas zonas de Barcelona, con más capital social de su población, en términos de variedad y capacidad de autogestión social, generan más cooperativas y grupos de consumo agroecológico.

Bibliografía

- 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.
- BADAL, M., BINIMELIS, R., GAMBOA, G., HERAS, M. & TENDERO, G. (2010): *Arran de terra. Indicadors de Sobirania Alimentària a Catalunya*, Associació Entrepobles & Institut d'Economia Ecològica i Ecologia Política, Barcelona: El Tinter, SAL:
https://asapcatalunya.files.wordpress.com/2011/03/arran_de_terra_vf.pdf
- BATALLA ADAM, L. (2014): "Citizen participation in Spain after 15-M: a turning point in Spain's political culture?", 20th New Faces Conference: Citizenship and Political Participation in the Mediterranean Region. February 27 – March 2, 2014 Istanbul, EUMEF.
- BENKLER, Y. (2006): *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven: Yale University Press.
- BINIMELIS, R. & DESCOMBES, C-A. (2010): *Comercialització en Circuits Curts. Caracterització i Tipologia*, Manresa: Escola Agrària de Manresa i Verloc.
- BLANCO, I., NEL-LO, N., BRUGUÉ, J. & JIMÉNEZ, E. (Coords.) (2015): *Barris desfavorits davant la crisi: segregació urbana, innovació social i capacitat cívica*, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona: Recercaixa: <https://barrisicrisi.wordpress.com/>
- CANTIJOCH, M. (2009): "Reinforcement and mobilization: the influence of the Internet on different types of political participation", Seminar Citizen Politics: Are the New Media Reshaping Political Engagement?, Barcelona, May 28th-30th 2009, IGOP.
- CASTELLS, M. (2009): *Communication power*, Cambridge: Oxford University Press.
- CASTELLS, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*, Madrid: Alianza Editorial.
- CELIS MINGUET, A. (2003): *El Nuevo Cooperativismo*, Caracas: Vadell Hermanos Editores.
- CHRISTENSEN, H.S. (2011): "Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means?", *First Monday*, February 2011, 16 (2).
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3336/2767>
- CORSÍN JIMÉNEZ, A. & ESTALELLA, A. (2014): "Assembling Neighbours. The City as Archive, Hardware, Method", *Common Knowledge*, 20 (1), 150-171.

- CRESPO, B. & SABÍN, F. (2014): Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora, *Documentación Social*, 174: 95-116:
<http://www.economiasolidaria.org/files/Los%20mercados%20sociales.pdf>
- DALMAU, M. & MIRÓ, I. (2010): *Les cooperatives obreres de Sants. Autogestió proletària en un barri de Barcelona (1870-1939)*, Barcelona: La ciutat invisible.
- ECHEVERRÍA, J. (1999): *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*, Barcelona: Destino.
- ESPELT, R. (2018): *Cooperatives de consum agroecològic de plataforma. El paper de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació en el consum cooperatiu de productes agroecològics*, Barcelona: UOC-IN3.
- ESPELT, R., PEÑA-LÓPEZ, I., LOSANTOS, P., RODRÍGUEZ, E., MARTÍN, T. & PONS, F. (2015): "Mapping agro-food consumption groups in the city of Barcelona". In: *Places of possibility? Rural societies in a neoliberal world*, Proceedings of the XXVI ESRS Congress, Aberdeen, Scotland, 2015, Aberdeen: The James Hutton Institute.
- FERNÁNDEZ, A. & MIRÓ, I. (2016): *L'Economia Social i Solidària a Barcelona*, Barcelona: La ciutat invisible.
- GARCÍA, J. (2002): *Objectiu: mercat social*, Nexa 9, Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya.
- HARVEY, D. (2012): *Rebel Cities. From the Right to the City to the Urban Revolution*, Londres, Nueva York: Verso.
- KHOURY, C.K. (2014): *Increasing homogeneity in global food supplies and the implications for food security*, PNAS.
- LAFUENTE, A. (2007): "Los cuatro entornos del procomún", *Archipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura*, 77-78, 15-22.
- LEFEBVRE, H. (1991): *The production of space*, Maiden: Blackwell Publishing.
- MARTÍN-MAYOR, A., HOMS, P. & FLORES-PONS, G. (2017): *El canvi d'escala: un revulsiu per a la sostenibilitat del cooperativisme agroecològic?*, Barcelona: Fundació Roca i Galès.
- MARTÍNEZ-ROLDÁN, S. (2011): *Movimiento 15M: construcción del espacio urbano a través de la acción de las Multitudes Inteligentes*, Barcelona: UOC.
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.

- MIRÓ, I. (2015): “¿Por qué le llamamos innovación a lo que vivimos como autogestión?”, *Innovación social y políticas urbanas en España*. En: Subirats, J. y García Bernardos, A. (Eds.), 205-223. Barcelona: Icaria Editorial: http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/innovacion%20social.pdf
- MONTERDE, A. (2015): *Emergencia, evolución y efectos del movimiento-red 15M (2011-2015). Una aproximación tecnopolítica*, Barcelona: UOC-IN3.
- NEL·LO, O. (2015): “Movimientos urbanos y defensa del patrimonio colectivo en la región metropolitana de Barcelona”, *Ciudad y territorio: Estudios territoriales*, 184, 311-327. Madrid: Ministerio de Fomento.
- NOVECK, B.S. (2005): “A democracy of groups”, *First Monday*, 10 (11). First Monday: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1289/1209>
- PEÑA-LÓPEZ, I. (2011): “Striving behind the shadow – The dawn of Spanish politics 2.0”. In: Van der Hof, S. & Groothuis, M. (Eds.), *Innovating Government. Normative, policy and technological dimensions of modern government*, Springer, 129-147.
- PEÑA-LÓPEZ, I. (2013a): “Casual Politics: From slacktivism to emergent movements and pattern recognition”. In: Balcells, J. et al. (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. 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?”, Comunicación en el XI Congreso de la AECPA. 18-20 de septiembre de 2013. Sevilla: <http://aecpa.es/uploads/files/modules/congress/11/papers/1014.pdf>
- PEÑA-LÓPEZ, I., CONGOSTO, M. & ARAGÓN, P. (2014): “Spanish Indignados and the evolution of the 15M movement on Twitter: towards networked para-institutions”, *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15 (1-2), 189-216. New York: Routledge: <http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2014.931678>
- ROCASALVATELLA (2016): *L'esclatxa digital a la ciutat de Barcelona*, Barcelona: Barcelona Fundación World Mobile Capital.
- SUBIRATS, J. (2011): *Otra Sociedad. ¿Otra política?*, Barcelona: Editorial Icaria.
- SUBIRATS, J. & GARCÍA BERNARDOS, A. (Eds.) (2015): *Innovación social y políticas urbanas en España. Experiencias significativas en las grandes ciudades*, Barcelona: Icaria editorial.
- 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: http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret

- TRAFICANTES DE SUEÑOS (Ed.) (2004): *¡Pásalo! Relatos y análisis sobre el 11-M y los días que le siguieron*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- UBASART, G., RÀFOLS, R. & 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.
- VIVAS, E. (2010): "Consumo agroecológico, una opción política", *Viento Sur*, Núm 108: 54-63, Madrid: Viento Sur, http://cdn.vientosur.info/VScompletos/vs_0108.pdf
- VIVAS, E. (2014): *El negocio de la comida ¿Quién controla nuestra alimentación?*, Barcelona: Icaria Editorial.
- XES y SETEM (2015): *Cuestionario de evaluación de los criterios de la Economía Social y Solidaria Pam a Pam*, Barcelona: XES – SETEM:
http://www.cooperatives.barcelona/wp-content/uploads/2018/03/questionari_pam_a_pam_ess_2015.pdf