

Comunicación para los comunes alimentarios: análisis comparativo de grupos de consumo agroecológico en Portugal

Communication for food commons: a comparative analysis of community supported agriculture in Portugal

SARA MOREIRA¹

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8155>

<https://orcid.org/0000-0003-3524-7698>

A partir de un marco de análisis procomún, este estudio compara las prácticas de comunicación interna de siete grupos de consumo agroecológico portugueses. Observando la gobernanza, la economía, el conocimiento, la tecnología y la justicia eco-social, revelamos que no hay comunes alimentarios sin comunicación. Basado en métodos de investigación-acción y etnografía militante, el estudio combina un grupo focal, métodos visuales y entrevistas, aportando un enfoque original a los estudios de comunicación desde una epistemología de los comunes.

PALABRAS CLAVE: Comunes de comunicación, consumo agroecológico, comunes alimentarios, prácticas comunicativas.

This study departs from a commons framework of analysis to compare the internal communication practices of seven CSAs from Portugal. By looking at governance, economy, knowledge, technology and eco-social justice, our findings reveal there is no food commons without communication. Based on action-research and militant ethnography methods, the study combines a focus group, visual methods and interviews, and contributes with an original approach to communication studies from a commons epistemology.

KEYWORDS: Communication commons, community supported agriculture, food commons, communication practices.

Com base num quadro de análise de bens comuns, este estudo compara as práticas de comunicação interna de sete grupos de consumidores agroecológicos portugueses. Olhando para governança, economia, conhecimento, tecnologia e justiça ecossocial, revelamos que não há alimentos comuns sem comunicação. Baseado em métodos de pesquisa-ação e etnografia militante, o estudo combina um grupo focal, métodos visuais e entrevistas, trazendo uma abordagem original aos estudos da comunicação a partir de uma epistemologia do comum.

PALAVRAS-CHAVE: Comuns de comunicação, consumo agroecológico, alimentos comuns, práticas comunicativas.

Cómo citar este artículo:

Moreira, S. (2022). Comunicación para los comunes alimentarios: análisis comparativo de grupos de consumo agroecológico en Portugal. *Comunicación y Sociedad*, e8155. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8155>

¹ Universitat Oberta de Catalunya, España.
saritamoreira@uoc.edu

Fecha de recepción: 31/05/21. Aceptación: 07/10/21. Publicado: 10/08/22.

INTRODUCCIÓN

Este artículo explora el carácter procomún de la Agricultura Sostenida por la Comunidad (CSA por sus siglas en inglés) a partir del análisis de las prácticas y herramientas comunicativas adoptadas por diferentes grupos en la organización de colectivos agroecológicos.

Tras décadas de crisis económicas y financieras cíclicas, agravadas por las recientes crisis climática y sanitaria, el suministro de alimentos se ha vuelto cada vez más relevante. Estos eventos disruptivos sugieren la necesidad de encontrar alternativas sostenibles, saludables, ecológicas, locales y justas (Castells et al., 2017) que vayan más allá de las preocupaciones individualistas de salud y bienestar (Schrank & Running, 2016). Debido a esto, emergen redes alimentarias alternativas que conllevan una dimensión colectiva de carácter emancipatorio vinculada a la organización comunitaria, la soberanía alimentaria y la justicia ecosocial (Edwards, 2016). Estudiar estos fenómenos desde una perspectiva comunicativa permite distinguir el consumo de alimentos como mercancía de la organización colectiva de la alimentación como un bien común (Moreira & Fuster Morell, 2020; Vivero-Pol, 2017; Vivero-Pol et al., 2018).

Literatura reciente sobre los sistemas agroalimentarios desde una perspectiva de comunicación enfatiza principalmente las estrategias de comunicación externa, concretamente a través de la lente del marketing (social) (Brescianini, 2019; Brunori, 2007; Dias et al., 2016; Molero-Cortés et al., 2019), revelando a menudo puntos de vista críticos sobre las trampas del “greenwashing” (Hope, 2020; Watson, 2017). Sin embargo, este enfoque va más allá del alcance del presente estudio, que se centra en la circulación del conocimiento interno como un aspecto importante de la acción colectiva dentro de los movimientos sociales (Cammaerts, 2015; Casas-Cortés et al., 2008; Mattoni, 2013; Ryan & Jeffreys, 2019). Como “la comunicación, la comunidad y los bienes comunes se encuentran en una relación dialéctica” (Fuchs, 2020, p. 304), la comunicación tiene un papel fundamental en la reproducción de los comunes (Hess & Ostrom, 2007; Stehr, 2017). Mientras que los estudios de agricultura sostenida por la comunidad generalmente re-

conocen la importancia de la comunicación interna para sostener las iniciativas rara vez profundizan en las (micro)dinámicas concretas de comunicación que tienen lugar dentro de los grupos (Broad, 2013), a menudo alimentadas por trabajo voluntario precario (Calvo, 2020; Linabary et al., 2021). Además, los estudios sobre la adopción de tecnologías digitales para las redes alimentarias destacan las preocupaciones sobre el uso predominante de tecnologías propietarias globales en lugar de plataformas para la producción entre pares basada en los comunes (Benkler, 2006; Espelt et al., 2019; Prost et al., 2018).

Estos son algunos de los aspectos fundamentales para comprender cómo la comunicación afecta a los comunes alimentarios en la práctica y cómo esta praxis puede transformar la investigación en comunicación (Barranquero, 2019; Fuchs, 2020). Este documento contribuye a llenar esos vacíos con evidencia empírica de comunicaciones colaborativas para la (re)producción de comunes alimentarios dentro del movimiento de la agricultura sostenida por la comunidad. Con base en un estudio comparativo de las CSA portuguesas, la pregunta principal que se aborda es cómo la comunicación afecta las cualidades procomún de la agricultura sostenida por la comunidad. Para responder a esto, analizamos los procesos internos de “comunización” de las CSA a través de sus prácticas comunicativas que promueven la participación de los miembros, la toma de decisiones colectivas, la transparencia económica, el intercambio de conocimientos, la soberanía tecnológica y la justicia ecosocial. El artículo comienza con una introducción a la agricultura sostenida por la comunidad como un movimiento para relocalizar el sistema agroalimentario. Luego presenta el marco de balance procomún que guía nuestro análisis (Fuster Morell, 2018). La siguiente sección describe la metodología de investigación y presenta los casos seleccionados. La sección de resultados consiste en la evaluación de las cualidades comunes y las necesidades de comunicación de siete CSA. Finalmente, sintetizamos los resultados y la contribución transversal de nuestra investigación, que vincula la epistemología de los comunes con los estudios de comunicación.

MOVIMIENTO DE LA AGRICULTURA SOSTENIDA POR LA COMUNIDAD Y LOS COMUNES

A partir de mediados del siglo XX, la “revolución verde” neoliberal y globalizadora trajo consigo la fuerte industrialización de los sistemas agroalimentarios (Rosset et al., 2000). En respuesta, surgieron movimientos ecologistas contrahegemónicos en todo el mundo, exigiendo la soberanía alimentaria y un comercio justo, luchando contra los pesticidas, los organismos genéticamente modificados, las semillas patentadas, entre otras reivindicaciones (Carson, 2002).

La agricultura sostenida por la comunidad comenzó a surgir en la década de 1960 con los primeros grupos Teikei (Alianza) en Japón, y más tarde las CSA en Estados Unidos y Europa (donde también se las designa con el término francés AMAP (*Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne*). Según una definición de trabajo avanzada en 2015 por representantes de 22 países europeos, las CSA son:

... una asociación directa entre un grupo de consumidores y productores donde los riesgos, responsabilidades y recompensas de las actividades agrícolas se comparten a través de acuerdos a largo plazo. Operando generalmente a pequeña escala y local, las CSA tienen como objetivo proporcionar alimentos de calidad producidos de manera agroecológica (Volz et al., 2016, p. 8).

Hoy, el movimiento se extiende por todo el mundo, con más de 12 500 grupos de consumidores activos en cuatro continentes, alimentando a más de dos millones de personas (Urgenci, 2021). Según la Red Internacional de Agricultura Sostenida por la Comunidad (Urgenci), en 2015 había más de 2 000 AMAP que involucraban a unas 300 000 personas solo en Francia (Volz et al., 2016), mientras que en España, donde el modelo cooperativo es más común, había 75 CSA en las que participaban aproximadamente 7 500 consumidores y agricultores.

En Portugal, el crecimiento ha sido lento. La primera AMAP se creó en 2004 (Martins Soria, 2016) y en 2021 solo había siete AMAP/CSA activas en el país. Estos grupos han unido fuerzas en la Red Portuguesa de Agroecología Solidaria (Regenerar), creada en 2018 para articular

grupos locales a nivel estatal y con el movimiento internacional, concretamente a través de Urgenci, de la cual Regenerar es miembro. La Carta de Principios de las CSA portuguesas define la agroecología, la proximidad y la alimentación como bien común como los tres pilares rectores:

La comida es un acto cultural, un bien común, no una mercancía. La alimentación saludable para todos no es solo un derecho fundamental. Es un asunto que atañe a todos y forma parte de la vida misma. Por eso es un bien común que todos debemos cuidar desde la producción hasta el consumo. La alimentación como bien común implica un principio de corresponsabilidad entre todos a todos los niveles: corresponsabilidad en compartir los procesos de producción; corresponsabilidad en la distribución, permitiendo el acceso para todos; corresponsabilidad en el consumo... (AMAP, 2018, s.p.).

COMUNICACIÓN Y “HACER EN COMÚN”: UN MARCO CONCEPTUAL

Los bienes comunes han existido desde tiempos inmemoriales en forma de tierras comunales para el cultivo, bosques para el abastecimiento de las aldeas, agua para la pesca comunitaria, entre otros recursos abiertos y compartidos gobernados por las comunidades, en contraposición a la dicotomía Estado-mercado/público-privado (Ostrom, 1990). Más recientemente, hay una demanda creciente por comunes urbanos y, con el avance de las tecnologías digitales, surgieron economías colaborativas de producción entre pares basadas en los comunes (Benkler, 2006; Harvey, 2013). Independientemente del contexto en el que se utilice el concepto, tres elementos esenciales lo caracterizan: un *recurso* compartido abierto, gobernado por una *comunidad* de usuarios, con un conjunto de *reglas* para la gobernanza comunitaria (Bollier & Helfrich, 2019). Es la interacción dinámica entre estos elementos lo que constituye los comunes, de ahí la famosa cita de Linebaugh (2008) “there is no commons without commoning” (“no hay comunes sin hacer en común”). Por lo tanto, es importante estudiar los comunes a través de los procesos sociales vivos que los sustentan, incluso la comunicación (Hess & Ostrom, 2007).

El marco de balance procomún propuesto por Fuster Morell y Espelt (2018) es “una herramienta analítica que ayuda a visualizar las cualida-

des democráticas de las iniciativas de economía colaborativa, diferenciar modelos, proporcionar información sobre la sostenibilidad de su diseño e informar el desarrollo tecnológico” (p. 3) y definía originalmente cinco dimensiones de análisis: modelo de gobernanza, estrategia económica, políticas de conocimiento, base tecnológica y responsabilidad social (Fuster Morell, 2018), añadiendo posteriormente una dimensión de impacto para medir el número de personas afectadas por las iniciativas (Fuster Morell & Espelt, 2019). En cuanto a la *gobernanza*, el marco aborda el tipo de organización (ya sea una empresa privada, organizaciones democráticas, como cooperativas o asociaciones, o administraciones públicas “procomunes”) y si la gobernanza se basa en la participación abierta, proporcionando herramientas (o no) para la participación y toma de decisiones de los miembros. En cuanto a la *economía*, los indicadores son el objetivo (lucrativo, no lucrativo o lucrativo medio), y la transparencia (si la información económica es accesible a los miembros). Con respecto a la *tecnología*, el marco examina la adopción de software libre y de código abierto (FLOSS) y cuán (des) centralizada es la arquitectura tecnológica. En cuanto al *conocimiento*, el uso de licencias *copyleft* y formatos de datos abiertos son cualidades comunes a considerar. Por último, en materia de *responsabilidad social*, el marco examina la pertinencia de los proyectos hacia la inclusión social y las políticas ambientales.

El marco analítico ha sido empleado en el análisis comparativo de cien casos de producción procomún entre pares en Barcelona (Fuster Morell & Espelt, 2019), proyectos de ciencia ciudadana de mapeo digital (Fuster Morell et al., 2021), redes alimentarias urbanas (Espelt & Moreira, 2019; Moreira & Fuster Morell, 2020) y economías sostenibles de plataforma (Renau et al., 2021), entre otras. Es una herramienta flexible que se puede adaptar para satisfacer necesidades de investigación particulares. Cuando se aplica a casos con mayor similitud entre sí, por ejemplo, tiene sentido adaptar los indicadores para una mayor granularidad.

Estudios previos han destacado la utilidad del marco en la investigación comparativa, y algunos afirmaron que la investigación futura debería cubrir canales de comunicación adicionales además de las plataformas y las comunicaciones públicas, combinados con entrevis-

tas para una comprensión más profunda de los procesos internos de la organización (Fuster Morell et al., 2021). De hecho, el enfoque en criterios institucionales, como el tipo legal de organización, puede dificultar la identificación de las prácticas procomunes reales que sustentan las iniciativas. El presente estudio propone una adaptación del marco para incorporar una perspectiva de comunicación para evaluar las prácticas y herramientas que alimentan los procesos de intercambio de alimentos (Tabla 1).

METODOLOGÍA

Desarrollamos un análisis comparativo del carácter procomún de los grupos de agricultura sostenida por la comunidad en Portugal basado en la observación de prácticas y herramientas de comunicación interna. Siguiendo un enfoque de investigación-acción (Chen et al., 2018; Lewin, 1946) y métodos de etnografía militante (Juris, 2007), la investigación cualitativa combina un grupo focal, métodos visuales y entrevistas breves.

Selección de casos

Los casos seleccionados son los siete CSA o AMAP² (como se les conoce más comúnmente en Portugal) que forman la red portuguesa Regenerar, que reúne a 22 productores y aproximadamente 300 consumidores (Tabla 2 y Figura 1).

Aunque aún no se ha realizado una caracterización sociodemográfica sistemática de las CSA portuguesas, nuestro trabajo etnográfico dentro de la red en los últimos años nos permite identificar el perfil de consumidores y productores en términos generales. Los primeros son en su mayoría consumidores urbanos o periurbanos, con edades entre 30 y 50 años, que viven y trabajan en las ciudades más grandes del país (Lisboa y Oporto), ciudades satélite (Almada, Vila Nova de Gaia) o periferias más amplias (Setúbal, Palmela, Famalicão), aunque en algunos casos con vínculos más estrechos con (neo)ruralidades

² El acrónimo en portugués significa *Associação pela Manutenção da Agricultura de Proximidade*.

TABLA 1
COMUNES Y COMUNICACIÓN: DIMENSIONES, INDICADORES Y CRITERIOS PARA EL ANÁLISIS DE CUALIDADES PROCOMÚN DE LOS COMUNES ALIMENTARIOS

Dimensiones comunes	Indicadores de cualidades procomún	Criterios		
		Cumplimiento	Parcialmente	Incumplimiento
Gobernanza	<i>Tipo de gobernanza:</i> ¿cómo circula la comunicación?	Horizontal comunes / entre pares	Un cierto nivel de horizontalidad	De arriba abajo / gobernanza privada
	<i>Participación abierta:</i> ¿los miembros pueden participar en la gobernanza y la toma de decisiones?	Proporciona herramientas para la participación	Algunas herramientas disponibles	No hay herramientas para la participación
Economía	<i>Valor:</i> ¿los miembros participan en la generación de valor?	Participación activa	Alguna participación	Muy limitada / sin participación
	<i>Transparencia:</i> ¿la información económica está disponible?	Cualquier miembro puede acceder a la información	Alguna información accesible	No se proporciona información económica

Tecnología	<i>FLOSS</i> (Free/Libre Open Source Software)	Todas las herramientas son FLOSS	Algunas herramientas FLOSS	No
	<i>Analógico</i> : ¿combina medios de comunicación analógicos?	Paneles físicos o puntos de información en el punto de entrega	Algunos materiales impresos	Sin medios físicos de comunicación
Conocimiento	<i>Intercambio interno</i> : ¿el grupo promueve actividades/comunidades de aprendizaje?	Actividades de intercambio de conocimientos	Algunas iniciativas de intercambio de conocimientos	Sin intercambio de conocimientos
	<i>Intercambio externo</i> : ¿el grupo participa en debates externos?	Intercambio de conocimientos y divulgación	Algunas iniciativas de intercambio de conocimientos	Sin intercambio de conocimientos
Responsabilidad social	<i>Justicia social</i> : ¿el proyecto tiene un papel hacia la inclusión/justicia social?	El grupo fomenta la justicia social	Algunas políticas de inclusión de responsabilidad social	Ninguna política o acción de inclusión
	<i>Justicia ecológica</i> : ¿Existe la certificación participativa?	Certificación participativa por los miembros	Certificación orgánica de terceros	Sin mecanismos de certificación

Fuente: Elaboración propia adaptado de Fuster Morell y Espelt (2018).

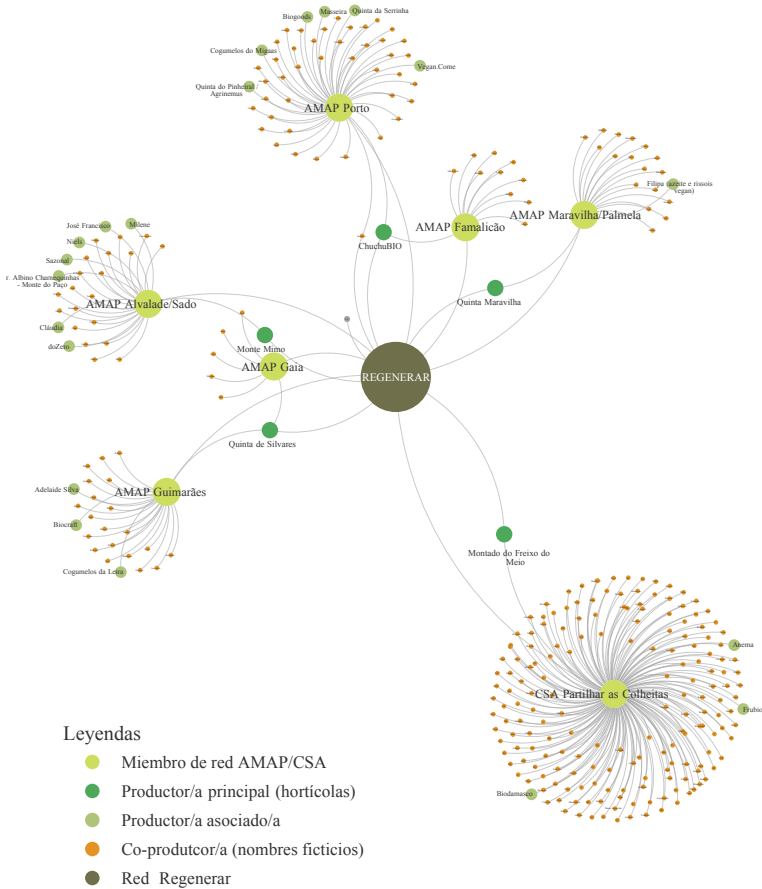
TABLA 2
MIEMBROS DE REGENERAR

AMAPs miembros de la red Regenerar en Portugal				
Nombre	Año de creación	No. de productores Asociados	No. de familias consumidoras	Alimentos provistos como bienes comunes
AMAP Famalicão	2014	1	5	Verduras
AMAP Gaia	2015	1	5	Verduras
CSA Partilhar as Colheitas	2015	4	180	Verduras, frutas, carnes, huevos, otros productos transformados
AMAP Porto	2016	6	42	Verduras, frutas, aceite de oliva, huevos, pan, champiñones
AMAP Guimarães	2016	4	20	Verduras, frutas, huevos, champiñones
AMAP Sado/ Alvalade	2019	4	20	Verduras, queso, pan
AMAP Maravilha	2019	2	17	Verduras y pastelería

Fuente: Elaboración propia con datos de la 3ra Asamblea General (2020).

(Montemor-o-Novo, Alvalade do Sado, Cercal, Guimarães). La mayoría de los consumidores están motivados por el acceso a productos orgánicos y alimentos saludables, aunque algunos grupos muestran una mayor vocación activista y colectivista (Faria, 2020). Los productores asociados tienen entre 35 y 45 años de edad, cuentan con estudios superiores (diferentes a agronomía) y se mudaron a zonas rurales en la última década para cultivar (hay algunas excepciones).

FIGURA 1
 MAPEO DE LOS MIEMBROS DE LA RED PORTUGUESA DE
 AGROECOLOGÍA SOLIDARIA, REGENERAR*



*Una versión interactiva del mapeo está disponible en <https://kumu.io/regenerar/rede-das-amap-csa-em-portugal>

Fuente: Elaboración propia con datos de la 3ra Asamblea General (2020).

Métodos de recopilación de datos

La investigación se basa en la participación activa de la autora tanto en AMAP Porto como en la red Regenerar.³ Los datos específicos para este estudio se recopilieron durante una reunión en línea en Jitsi, en diciembre de 2020. Con el lema “Comunicar es poner en común”, atribuido al educador brasileño Paulo Freire. El objetivo del encuentro fue comparar los procesos y prácticas de comunicación de las AMAP en Portugal, posibilitando el intercambio de conocimientos entre los miembros de la red. Participaron quince personas, incluidos cinco productores, cuatro consumidores, dos investigadoras y cuatro observadoras interesadas en crear nuevas AMAP en Portugal. Una facilitadora experimentada medió la sesión de grupo focal de cuatro horas.

Durante la reunión, los participantes realizaron una “encuesta en vivo” de las herramientas de comunicación en uso por cada AMAP y compartieron las mejores prácticas y necesidades de comunicación. La sesión fue grabada y transcrita y generó un conjunto de documentos que sirvieron para el análisis (Tabla 3). Los datos se confirmaron y actualizaron en mayo de 2021 mediante breves entrevistas telefónicas.

Métodos de análisis de datos

Los datos se analizaron mediante la aplicación de una adaptación del marco de análisis de Fuster Morell (2018), como se explica en la sección anterior (ver Tabla 1). Los indicadores incorporan la perspectiva de la comunicación para evaluar las cualidades comunitarias de los grupos de agricultura sostenida por la comunidad. En un contexto en el que la participación y el involucramiento de agricultores, consumidores y “coproductores”⁴ es clave, el análisis se centra en los mecanismos de comunicación interna puestos en marcha por estos actores para la

³ La autora está involucrada con el movimiento desde la primera reunión nacional de CSA en 2015, es cofundadora de la red nacional, miembro de su equipo impulsor y “coproductora” en AMAP Porto.

⁴ El término “coproductores” ha sido adoptado por los miembros de Regenerar para denominar a los consumidores, con el objetivo de reflejar el compromiso a largo plazo con la producción sostenible de alimentos por parte de todos los miembros involucrados.

TABLA 3
LISTA DE DOCUMENTOS RECOPIADOS PARA ANÁLISIS

Documento	Fecha de recogida
Plan de sesión “Comunicar es poner en común”	12 de diciembre, 2020
Transcripción de la sesión (seis páginas)	12 de diciembre, 2020
Encuesta de herramientas de comunicación en uso por cada AMAP (una tabla)	12 de diciembre, 2020 actualizado en mayo 2021
Resultados de la sesión de grupos focales sobre las necesidades de comunicación (tres páginas)	12 de diciembre, 2020
Propuesta de comunicación presentada en la III Asamblea General a partir de los resultados de la sesión	13 de diciembre, 2020
Foto-documentación de los artefactos de comunicación utilizados en los puntos de entrega de las AMAP (punto de información, paneles, barómetro)*	2018-2021

* Más que objetos culturales, los documentos visuales insertados en este estudio representan prácticas comunicativas (Rose, 2016) y sirven como fuente de evidencia de artefactos procomún utilizados por algunos de los casos en los puntos de entrega

Fuente: Elaboración propia.

gobernanza de sus comunidades alimentarias. La aplicación de un marco conceptual centrado en dimensiones concretas de análisis permitió la interpretación sistemática de los datos para garantizar la objetividad del estudio.

RESULTADOS

Nuestro análisis muestra cómo las CSA adoptan herramientas y prácticas de comunicación para organizar colectivamente sistemas alimentarios orientados a los comunes. En esta sección primero presentamos cómo sus enfoques comunicativos en términos de la gobernanza, la economía, el conocimiento, la tecnología y la responsabilidad social afectan sus cualidades procomún, y luego reflexionamos sobre sus necesidades de comunicación.

Cualidades procomún de las CSA a través de una perspectiva de comunicación

La aplicación del marco de balance procomún revela distintos niveles de cumplimiento de las cualidades procomún por parte de cada CSA (como se resume en la Tabla 4).

TABLA 4
COMPARACIÓN ENTRE CASOS SEGÚN EL
MARCO DE BALANCE PROCOMÚN

Dimensiones	Subdimensiones	1	2	3	4	5	6	7
Gobernanza	Flujos de comunicación	■	■	■	■	■	■	■
	Participación abierta	■	■	■	■	■	■	■
Economía	Valor	■	■	■	■	■	■	■
	Transparencia	■	■	■	■	■	■	■
Tecnología	FLOSS	■	■	■	■	■	■	■
	Comunicaciones analógicas	■	■	■	■	■	■	■
Conocimiento	Interno	■	■	■	■	■	■	■
	Externo	■	■	■	■	■	■	■
Responsabilidad social	Justicia social	■	■	■	■	■	■	■
	Certificación ecológica	■	■	■	■	■	■	■

Casos: 1. AMAP Porto, 2. AMAP Famalicão, 3. AMAP Sado / Alvalade, 4. AMAP Palmela, 5. AMAP Gaia, 6. AMAP Guimarães, 7. CSA Partilhar as Colheitas. Leyenda: Gris oscuro: cumplimiento; Gris claro: Cumplimiento parcial; Blanco: incumplimiento.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación desarrollamos el análisis comparativo de los siete casos para cada dimensión.

Gobernanza: Todos los grupos son asociaciones informales, excepto CSA Partilhar as Colheitas, que es administrada por una cooperativa y representa el grupo más grande de la red Regenerar, con alrededor de 180 miembros. Esta CSA organiza reuniones mensuales en línea, ha habilitado un foro en línea donde todos los miembros pueden participar en grupos de trabajo y diferentes debates. También es el único grupo

con personal de comunicación pagado. Otros dos grupos se destacan en términos de gobernanza orientada al procomún: AMAP Sado/Alvalade, que adopta la “sociocracia” para la organización colectiva y la toma de decisiones, y cuyos miembros participan activamente en el proceso de distribución y tienen acuerdos (contratos) bien establecidos entre productores y consumidores; y AMAP Maravilha, que está organizada en grupos de trabajo, realiza reuniones periódicas, mesas colectivas de trabajo mensuales y al menos dos asambleas anuales, donde las decisiones se toman por consenso.

En el caso de AMAP Porto, que en su mayoría está a cargo de productores asociados, existe cierto nivel de participación de los miembros, aunque limitado a tareas voluntarias no obligatorias para ayudar a organizar la distribución semanal y una reunión anual para informar sobre la evolución del grupo y para discutir temas importantes. Los tres grupos restantes no realizan reuniones ni proporcionan herramientas de participación para sus miembros; también son los grupos más pequeños, donde generalmente un solo productor se responsabiliza de toda la gestión y organización. En estos casos, los flujos de comunicación son de arriba hacia abajo, del productor al consumidor, sin ningún canal de comunicación horizontal entre los miembros.

Economía: En cuanto a los mecanismos de participación de los afiliados en la generación de valor económico, se destacan nuevamente las AMAP Sado/Alvalade y Maravilha. En el primer caso, los miembros tienen acceso a información económica inherente a la producción agrícola, como inversiones, horas de trabajo, ingresos, y el grupo considera como insumo económico las jornadas colectivas voluntarias.⁵ En 2020, el grupo impulsó una exitosa campaña de crowdfunding para invertir en un invernadero para mejorar la producción durante la temporada de invierno.

En el caso de AMAP Maravilha, los miembros están profundamente involucrados en la discusión de la estrategia económica y participan activamente en formas de abordar la viabilidad de los precios versus

⁵ Conocidas como “ajudadas”, jornadas de ayuda en las que los miembros de las AMAP se ofrecen como voluntarios para los trabajos que se deben realizar en las fincas.

FIGURA 2
DEFINICIÓN Y PRINCIPIOS DE AMAP EN
QUINTA MARAVILHA, PALMELA*



* Hay un panel en la pared de la habitación donde se realiza la distribución con los principios fundamentales de AMAP. Una lista de tareas suele estar disponible en el punto de entrega.

Fuente: Sara Moreira (31 de agosto de 2019).

ingresos justos para los agricultores; por ejemplo, en 2020, el grupo decidió pagar vacaciones y el decimotercer mes del año a los agricultores. El grupo también estableció un esquema de intercambio de “productores”, promoviendo el papel activo de los consumidores en el suministro de productos al grupo.

En el caso de CSA Partilhar as Colheitas, cierta información económica está disponible para los miembros y el foro en línea se ha utilizado para tomar decisiones colectivas sobre cuestiones económicas. En el caso de AMAP Porto, existe un informe económico anual para informar a los afiliados sobre la evolución de la economía del grupo, y los afiliados participan de un fondo común a través de una cuota anual. En el caso de Famalicão, Gaia y Guimarães, no se proporciona información económica.

FIGURA 3
BARÓMETRO DE AMAP*



* En la última entrega de 2020, los miembros de AMAP Porto compartieron sus pensamientos sobre diversos temas que afectan al grupo.

Fuente: João Costa (23 de diciembre de 2021).

Tecnología: Los formularios y hojas de cálculo basados en Google son las herramientas digitales más utilizadas por los grupos para organizar los pedidos (AMAP Porto, Sado/Alvalade, Guimarães, Palmela). Los casos que se destacan en cuanto a la adopción de software Free/Libre Open Source para la gestión de pedidos son: CSA Partilhar as Colheitas, que ha desarrollado su propia plataforma digital además del foro online basado en Wordpress; y AMAP Gaia, que adoptó la plataforma Katuma de Open Food Network.

En el caso de AMAP Sado/Alvalade, el grupo muestra preocupación por la propiedad de las herramientas tecnológicas utilizadas (menciona el paso de WhatsApp a Telegram por razones éticas), pero todavía depende del software propietario para organizarse internamente y, en ocasiones, recurre a Loomio para tomar decisiones, además de contar con tableros físicos en el punto de entrega.

AMAP Maravilha usa WhatsApp para comunicaciones urgentes y breves y dice que “todo empezó a funcionar mejor desde el momento en que nos organizamos con Discord, a través del cual cualquiera puede tener acceso a lo que están trabajando los otros grupos” (comunicación personal, mayo de 2021).

En el caso de AMAP Famalicão, los agricultores organizan los pedidos a través de SMS y llamadas telefónicas uno a uno, pero la mayor parte de la comunicación se realiza en persona, semanalmente. En Oporto, el grupo promueve la participación y la comunicación horizontal a través de aplicaciones de mensajería (un grupo de WhatsApp para todos los miembros, otro para los productores), y los agricultores utilizan una lista de correo unidireccional para los anuncios.

Conocimiento: algunos grupos demuestran un nivel avanzado de intercambio de conocimientos internos al grupo, de los cuales un buen ejemplo es el grupo de estudio sobre agroforestería para el aprendizaje colectivo de técnicas para mejorar la productividad de la finca en el caso de AMAP Maravilha, al igual que las jornadas de puertas abiertas en CSA Partilhar as Colheitas, que también entrega un periódico impreso con noticias de la finca cada quince días junto con las canastas de alimentos (Figura 4).

En el caso de AMAP Sado/Alvalade, el intercambio de conocimientos sobre alimentación y agricultura ha llevado a la creación de una comunidad: “las personas aprendieron que pueden hacer cosas juntas y ser activas en la comunidad” (comunicación personal, mayo de 2021). Externamente, los miembros de esos tres grupos, así como de AMAP Porto, participan ocasionalmente en eventos públicos, proyectos, seminarios y otras actividades relacionadas con la agroalimentación. El intercambio de conocimientos es un aspecto especialmente importante promovido por CSA Partilhar as Colheitas en sus comunicaciones externas con una estrategia clara de divulgación. En el caso de las AMAP Famalicão, Gaia y Guimarães, no parece haber mecanismos de intercambio de conocimientos en la práctica, salvo la interacción del día a día en el punto de entrega, excepto en el caso de AMAP Gaia, donde los productores rara vez están presentes, y los consumidores generalmente no se conocen.

Responsabilidad social: AMAP Sado/Alvalade y Maravilha están más alineadas con un enfoque de justicia social al discutir y poner en práctica formas de democratizar el acceso a alimentos orgánicos para activistas y personas con menos posibilidades económicas, por ejemplo, a través del intercambio de trabajo y otras colaboraciones.

FIGURA 4
BOLETÍN DE CSA PARTILHAR AS COLHEITAS (ABRIL DE 2021)



Fuente: CSA Partilhar as Colheitas (2021).

En el caso de CSA Partilhar as Colheitas, la cooperativa emplea a unas 20 personas en una zona rural en situación de despoblamiento. Mientras que en el caso de Famalicão, Gaia, Guimarães y Oporto no se conoce ninguna política o iniciativa en materia de inclusión social, en Oporto ha habido una iniciativa de donación de alimentos a la caridad durante el confinamiento por el Covid-19 en 2020.

En cuanto a la dimensión ecológica, todos los productores asociados de las AMAP Porto, Famalicão, Gaia, Guimarães y CSA Partilhar as Colheitas tienen certificación orgánica de terceros. Este último promueve cierto grado de certificación participativa a través de frecuentes jornadas de puertas abiertas en la finca. En el caso de AMAP Sado/Alvalade y Maravilha, los productores no cuentan con certificación orgánica, pero cuentan con mecanismos para la certificación participativa por parte de los miembros.

Necesidades de comunicación

En una sesión de grupo focal en diciembre de 2020, los participantes destacaron la falta de gobernanza de la comunicación y la baja participación de los miembros de las diferentes AMAP en la comunicación interna de la red. Además, el conocimiento sobre herramientas, procesos y el uso de tecnologías de la comunicación parece estar distribuido de manera desigual. La alfabetización heterogénea de las diferentes AMAP en el uso de herramientas de comunicación digital revela la necesidad de una formación específica sobre cómo usar y beneficiarse de la comunicación apoyada en plataformas digitales antes de intentar implementar y gestionar metodologías de toma de decisiones colectivas a través de estos medios.

En general, los participantes están de acuerdo en que se supone que estos instrumentos facilitan las interacciones y apuntan a reunir a los miembros de AMAP. Por lo tanto, algunos sugirieron que sería útil contar con una guía de instrucciones sobre “cómo” aplicar metodologías de toma de decisiones participativas, su etiqueta y ética, con la expectativa de que, a través de herramientas más intuitivas y ágiles, sería posible prevenir pérdidas de información. Adicionalmente, la necesidad de capacitaciones presenciales para introducir estas herramientas de comunicación digital aparece como una condición para acelerar el entendimiento y desarrollo ágil de competencias operativas para una comunicación interna efectiva entre los miembros de las CSA.

Asimismo, los participantes en el grupo de enfoque destacaron la necesidad de un repositorio común con documentación compartida, incluida información sobre las mejores prácticas y la variedad de herramientas de comunicación que utilizan los CSA y para qué se utilizan. Además de saber utilizar las herramientas de comunicación disponibles, se planteó la necesidad de crear un grupo de trabajo específico para la comunicación interna, que se encargaría de la difusión de las comunicaciones y de promover las interacciones. Los participantes sugirieron que un miembro de cada AMAP debería integrar el grupo de comunicación para mejorar el flujo de comunicación de la red.

Más allá del contenido de la comunicación, la forma de transmitir la aparece como un factor influyente para su asimilación. Los participantes coinciden en que la experiencia sobre cómo difundir contenidos debe adaptarse a los públicos, para que “sea alegre y fácil de relacio-

nar”, lo que podría ocurrir durante la degustación de productos “para complacer a diversos públicos”. El grupo reconoció que debe quedar a discreción de cada una de las diferentes AMAP elegir los términos y usos de sus herramientas de comunicación, así como la forma en que deben documentar sus iniciativas y compartir sus prácticas con otras AMAP y el público en general.

Aunque este grupo focal tuvo como objetivo identificar las necesidades de comunicación (interna) para la autogestión de los grupos, los participantes expresaron algunas preocupaciones con respecto a la comunicación externa de las AMAP. El grupo cree que es necesario definir una identidad común para las AMAP para comunicar mejor sus objetivos, actividades e iniciativas a través de su propio lenguaje, describiendo el movimiento y sus miembros a audiencias externas. Las decisiones sobre qué y cómo comunicar también abarcarían audiencias: a quién se dirige cada mensaje, qué información se compartiría con todos y cuál se dirigiría a grupos específicos. Por lo tanto, las necesidades comunicativas de la red plantean preguntas adicionales sobre la gobernanza de la comunicación, los roles y responsabilidades sobre los canales de difusión y qué herramientas de comunicación utilizar.

TABLA 5
RESUMEN DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS
POR LAS AMAP/CSA

Herramientas de comunicación	1	2	3	4	5	6	7
Mensajería horizontal (<i>WhatsApp, Telegram</i>)	x		x	x			
Mensajería unidireccional (<i>Newsletter, mailing-list, SMS</i>)	x	x			x	x	
Reuniones	x		x	x			
Herramientas de toma de decisiones			x				
Paneles físicos	x		x	x			
Roles de comunicación			x	x			x
Personal de comunicación							x

Casos: 1. AMAP Porto, 2. AMAP Famalicão, 3. AMAP Sado / Alvalade, 4. AMAP Palmela, 5. AMAP Gaia, 6. AMAP Guimarães, 7. CSA Partilhar as Colheitas.

SÍNTESIS Y DISCUSIÓN

Nuestra investigación propuso una adaptación del marco de análisis del balance procomún de Fuster Morell (2018) para evaluar cómo la comunicación afecta las cualidades procomún de la agricultura sostenida por la comunidad. La aplicación del marco permitió iluminar cómo la descripción formal de la agricultura sostenida por la comunidad puede diferir de las prácticas diarias, mostrando que las formas en que los grupos se comunican son indicativas del compromiso de los miembros en sus comunidades. En esta sección sintetizamos y discutimos los principales hallazgos del estudio comparativo de los procesos de “hacer en común” desde una perspectiva comunicacional, guiados por las cinco dimensiones principales de análisis del balance procomún: modelo de gobernanza, transparencia económica, intercambio de conocimientos, soberanía tecnológica y justicia eco-social.

Comunicación para la gobernanza entre pares

En lugar de mirar el tipo de organización como un indicador de la gobernanza de los comunes per se, proponemos observar la forma en que estas organizaciones desarrollan y negocian sus sistemas de gobernanza entre pares (Bollier & Helfrich, 2019) en la práctica a través de la acción comunicativa, independientemente de ser cooperativas, asociaciones informales, empresas privadas o administraciones públicas. La adopción de herramientas abiertas para la participación y mecanismos para la comunicación horizontal permite evaluar su carácter procomún en cuanto a si la información fluye de arriba hacia abajo o de manera horizontal; el carácter virtual o presencial de los espacios de comunicación para el consenso colectivo o decisiones basadas en el consentimiento; la existencia de toma de decisiones por imposición o notificación.

Lo que se comparte, cómo se comparte y con quién se comparte tiene implicaciones en la calidad de lo que se entiende como comunidad. Todos los grupos hacen referencia a diferentes formas de comunicarse en el colectivo, con mayor o menor grado de participación y horizontalidad, y señalan diversas herramientas, como foros de debate online, documentos colaborativos o aplicativos de mensajería para facilitar la comunicación y la toma de decisiones entre miembros. La definición de

reglas de etiqueta sobre el uso de estas herramientas y la descentralización de procesos en múltiples grupos/capas de discusión y trabajo están en línea con los principios clásicos de Ostrom (1990) para gobernar un bien común.

El estudio destacó algunas preocupaciones sobre los procesos herméticos de comunicación (Ostrom & Walker, 1991), como la creación de silos en los que la información no circula (o solo llega a unas pocas personas), y las formas de luchar contra ellos para que la coordinación sea transparente y participativa, como en el caso de que los grupos adopten la sociocracia como metodología dinámica de gobernanza (Christian, 2016). Esto permite agilizar los mecanismos para la comunicación interna y la toma de decisiones, incluso si un conocimiento desequilibrado sobre herramientas y técnicas por parte de los diferentes miembros parece generar tensiones y fragilidades.

Comunicación para una economía orientada al procomún

Abordar la dimensión económica de los comunes desde la perspectiva de la comunicación permite distinguir el grado de involucramiento y participación de los miembros en la co-construcción de una economía procomún. El objetivo económico se convierte en el proceso colectivo de decidir y actuar sobre la economía misma. Más allá de hacer accesible y transparente la información económica, es importante entender lo que la comunidad decide hacer con ella. Así, encontramos evidencia de prácticas económicas pro-comunes basadas en acciones comunicativas, como campañas de crowdfunding para inversiones colectivas, información sobre necesidades laborales en fincas o convocatorias de *ayudadas* cuyos resultados también son vistos como insumo económico. En todos estos pasos, la comunicación es clave y va mucho más allá de la rendición de cuentas y los informes de gestión: implica llamar a las personas a deliberar y participar en los procesos, favoreciendo una economía solidaria que se trabaja en común.

Soberanía tecnológica para los comunes alimentarios

En Portugal, el movimiento de soberanía alimentaria aún no parece considerar la soberanía tecnológica como un aspecto relevante en la construcción de bienes comunes alimentarios. Solo un caso demostró

explícitamente preocupaciones con el software propietario. Todos los demás en general parecían estar enfocados en soluciones tecnológicas sencillas, ágiles y gratuitas para resolver rápidamente problemas y atender necesidades grupales, como la comunicación entre miembros (grupos de WhatsApp o Facebook) y la organización de pedidos (formularios y hojas de cálculo de Google). La ausencia de una postura crítica en relación al origen de las herramientas tecnológicas contrasta con la fuerte conciencia respecto al origen de los alimentos. Hay excepciones que reconocen que existe un problema con el uso de tales herramientas, pero no tienen el tiempo, los recursos o el conocimiento para probar otras soluciones. Por otro lado, las tecnologías no digitales juegan un papel importante en las interacciones internas del grupo y sirven como vía de inclusión y participación.

Sobre el conocimiento como bien común

Lejos de los días en que las prácticas comunitarias estaban tan arraigadas en la vida cotidiana de las comunidades que no había una ley escrita para su gobierno y el conocimiento se transmitía oralmente de generación en generación (Illich, 1983), hoy es a menudo en entornos urbanos, con baja memoria comunitarista, donde grupos de personas están experimentando con prácticas basadas en los comunes.

El intercambio de conocimientos es una parte esencial para el desarrollo y el sostenimiento de las CSA que estudiamos y ocurre tanto internamente dentro de los grupos como externamente a otros públicos. Desde grupos colectivos de estudio sobre técnicas agroecológicas, pasando por encuentros entre productores para compartir experiencias, hasta la participación en proyectos y redes internacionales.

De la responsabilidad social a la justicia ecosocial

Se puede distinguir entre acciones que buscan la inclusión social como responsabilidad ciudadana y aquellas que pretenden generar cambios más profundos y que se preocupan por la justicia social. La comunicación es clave porque es a través de ella que las comunidades discuten y llegan a nuevos entendimientos sobre la inclusión emancipadora, por ejemplo, cómo garantizar el acceso a los alimentos para todas las personas, independientemente de su situación financiera.

En cuanto al indicador ambiental de Fuster, buscamos hacer otra distinción que tiene que ver con ciertas prácticas de comunicación propias de grupos que tienen la agroecología como principio básico. La forma más común de garantizar que los métodos de producción sean respetuosos con el medio ambiente es a través de la certificación orgánica emitida por una entidad externa, que a menudo se muestra en forma de etiqueta asignada a los productores. Cuando hablamos de procesos de “hacer en común”, tiene sentido tomar en cuenta otras formas de involucrar a la comunidad en la “certificación participativa” de los métodos de producción agroecológica. Este tipo de certificación depende de la existencia de reuniones, visitas, discusión, evaluación y ayuda mutua entre los miembros de una CSA. Para que eso suceda, se deben implementar procesos y prácticas de comunicación.

Impacto

Una versión posterior del marco de balance procomún (Fuster Morell et al., 2019) incluye una dimensión de impacto para medir el número de adoptantes o personas involucradas en la iniciativa económica. Aunque este estudio presenta el tamaño de cada grupo en términos cuantitativos, medir el impacto según la relevancia de sus comunicaciones requeriría una nueva ronda de investigación. En sus estudios sobre el impacto de las TIC en el cooperativismo agroecológico en Cataluña, Espelt (2020) concluye que “las CSA profesionalizadas con mejor adopción de las TIC y constituidas como cooperativas de plataforma agroecológica, tienen un mayor impacto y un mayor potencial para promover un consumo alimentario modelo basado en la agroecología” (p. 269). De hecho, el grupo más grande analizado, con más de 180 miembros, es el único que tiene una estructura profesional en la organización de la CSA y personal de comunicación remunerado. En los casos restantes, las comunicaciones se consideran importantes para el mantenimiento y socialización de los grupos, pero de ninguna manera se formalizan ni remuneran, ya que no se reconocen como un pilar estratégico para el fortalecimiento y expansión de las CSA.

CONCLUSIONES

Este artículo se propuso examinar cómo la comunicación afecta las cualidades procomún de la agricultura sostenida por la comunidad. Comparó siete CSA portuguesas mediante la aplicación de un marco de balance procomún para analizar las herramientas y prácticas de comunicación que alimentan sus modelos de gobernanza, estrategias económicas, políticas de conocimiento, base tecnológica y responsabilidad social. Nuestros hallazgos revelan que la existencia o ausencia de comunicación es una condición que puede transformar la gobernanza jerárquica en *gobernanza entre pares*, fomentando la participación efectiva de los miembros y la toma de decisiones colectiva; una *economía* opaca en un proceso participativo de generación de valor, ya que los miembros están informados y contribuyen activamente a la sostenibilidad de la comunidad; la caja negra del *conocimiento* en vividas comunidades de práctica de aprendizaje; y la responsabilidad social en la *justicia ecosocial*. También trajo evidencia de la desconexión entre los movimientos de soberanía alimentaria y *soberanía tecnológica*. El estudio reveló la necesidad de formación técnica, desarrollo estratégico y roles mejor definidos en un contexto donde el trabajo de comunicación es voluntario y precario.

La principal contribución de este artículo es la adaptación del marco de balance procomún de Fuster para incorporar una perspectiva de comunicación, lo que constituye un enfoque original ya que lleva la epistemología de los bienes comunes a los estudios de comunicación. A través del análisis de las comunicaciones logramos comprender cómo funcionan las comunidades en la práctica y su praxis, más allá de sus perfiles institucionales. Las formas en que los grupos se comunican revelan el nivel y la calidad de la participación y el compromiso de todos en las comunidades a las que pertenecen. Esto nos lleva a sugerir que no hay comunes sin comunicación.

Aunque el estudio se limita a un pequeño conjunto de organizaciones agrícolas portuguesas, abre nuevas vías de investigación, ya que el mismo marco se puede aplicar en el futuro para extender la investigación a organizaciones similares de otras regiones geográficas, así como a otras organizaciones con diferentes actividades económicas además del consumo de alimentos.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fue apoyado por la Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) a través de una beca de doctorado bajo el acuerdo de subvención no. SFRH/BD/136809/2018. Agradecemos a la “equipa dinamizadora” de la red Regenerar y a todas las personas que participaron del estudio – en particular a Filipa Almeida, que facilitó el grupo focal, y a Valéria de Pinho, que contribuyó a la discusión de una versión temprana de este estudio.

Referencias bibliográficas

- Associação pela Manutenção da Agricultura de Proximidade-AMAP. (2018). *Carta de Princípios*. <https://amap.movingcause.org/carta-de-principios/#bemcomum>
- Barranquero, A. (2019). Praxis in Latin American communication thought: A critical appraisal. En H. C. Stephansen & E. Treré (Eds.), *Citizen Media and Practice* (pp. 57-72). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351247375>
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press.
- Bollier, D. & Helfrich, S. (2019). *Free, fair, and alive: The insurgent power of the commons*. New Society Publishers.
- Brescianini, M. (2019). *Estratégias de comunicação integrada de marketing para promover os circuitos curtos agroalimentares (CCA) em Portugal* (Tesis doctoral). Instituto Superior de Economia e Gestão.
- Broad, G. M. (2013). *Food is the medium: Food movements, social justice and the communication ecology approach*. University of Southern California.
- Brunori, G. (2007). Local food and alternative food networks: a communication perspective. *Anthropology of food*, (S2). <https://doi.org/10.4000/aof.430>
- Calvo, D. (2020). ¿Quién sustenta a quienes sustentan a los comunes?: tecnología y cultura libre ante el capitalismo informacional. *Tekno-kultura*, 17(1), 13-22. <https://doi.org/10.5209/tekn.64581>
- Cammaerts, B. (2015). Social media and activism. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 1-8. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs083>

- Carson, R. (2002). *Silent spring*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Casas-Cortés, M. I., Osterweil, M. & Powell, D. E. (2008). Blurring boundaries: Recognizing knowledge-practices in the study of social movements. *Anthropological Quarterly*, 81(1), 17-58. <https://doi.org/10.1353/anq.2008.0006>
- Castells, M., Banat-Weiser, S., Hlebig, S., Kallis, G., Pink, S., Seale, K., ... Varvarousis, A. (2017). *Another economy is possible*. John Wiley and Sons.
- Chen, S., Huang, F. & Zeng, W. (2018). Comments on systematic methodologies of action research in the new millennium: A review of publications 2000–2014. *Action Research*, 16(4), 341-360. <https://doi.org/10.1177/1476750317691103>
- Christian, D. L. (2016). Avoiding “Sociocracy Wars”: How Communities Learn Sociocracy and Use It Effectively... Or Not. *Communities*, (173), 58-61.
- Dias, R. R., Afonso, J. C., Gomes, S., Reis, J. L., Cardoso, A., Domingos, C. ... & Oliveira, T. (2016). *Marketing Agroalimentar: Fundamentos e Estudos de Caso*. Vida Economica Editorial.
- Edwards, F. (2016). Alternative Food Networks. En P. Thompson & D. Kaplan (Eds.), *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6167-4_513-1
- Espelt, R. (2020). Agroecology presumption: The role of CSA networks. *Journal of Rural Studies*, 79, 269-275. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.032>
- Espelt, R. & Moreira, S. (2019). The Role of Digital Platforms in Agroecology Food Consumption Collaboration. A Comparison between Porto and Barcelona. En B. Tejerina Montaña, C. M. de Almeida De Barros & I. Perugorria (Coords.), *Sharing Society: the impact of collaborative collective actions in the transformation of contemporary societies* (pp. 44-57). Universidad del País Vasco.
- Espelt, R., Peña-López, I., Miralbell, O., Martín, T. & Vega, N. (2019). Impact of information and communication technologies in agroecological cooperativism in Catalonia. *Agricultural Economics*, 65, 59-66. <https://doi.org/10.17221/171/2018-AGRICECON>
- Faria, V. (2020). *Agricultura de proximidade, capital social e economia solidária: o caso das Associações para a Manutenção da Agricultura*

- ra de Proximidade (AMAPs) no norte de Portugal* [Reporte técnico-científico]. Universidade do Porto.
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book45>
- Fuster Morell, M. (2018). Qualities of the different models of platforms. En M. Fuster Morell (Ed.), *Sharing Cities: A worldwide cities overview on platform economy policies with a focus on Barcelona* (pp. 125-158). Dimmons Research Group - Universitat Oberta de Catalunya.
- Fuster Morell, M., Cigarini, A. & Hidalgo, E. S. (2021). *A framework for assessing the commons qualities of citizen science: comparative analysis of five digital platforms*. <https://osf.io/preprints/socarxiv/pv78g/>
- Fuster Morell, M. & Espelt, R. (2018). A Framework for Assessing Democratic Qualities in Collaborative Economy Platforms: Analysis of 10 Cases in Barcelona. *Urban Science*, 2(3), 61. <https://doi.org/10.3390/urbansci2030061>
- Fuster Morell, M. & Espelt, R. (2019). A framework to assess the sustainability of platform economy: the case of Barcelona ecosystem. *Sustainability*, 11(22), 6450. <https://doi.org/10.3390/su11226450>
- Harvey, D. (2013). *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. Verso Books.
- Hess, C. & Ostrom, E. (2007). *Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice*. MIT Press.
- Hope, W. (2020). Climate Change, Communication and Food. *The Political Economy of Communication*, 7(2). <https://polecom.org/index.php/polecom/article/view/115/333>
- Illich, I. (1983). Silence is a Commons. *CoEvolution Quarterly*, 40, 5-9.
- Juris, J. (2007). Practicing militant ethnography. En S. Shukaitis, D. Graeber & E. Biddle (Eds.), *Constituent imagination: Militant investigations//Collective theorization* (pp. 164-78). AK Press.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2(4), 34-46. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1946.tb02295.x>
- Linabary, J. R., Cruz, J. M., Allen, B. J., Chalupa, J. A., Dempsey, S. E., Glenn, C. L., ... & Sobande, F. (2021). Envisioning more equitable

- and just futures: Feminist organizational communication in theory and praxis. *Management Communication Quarterly*, 35(1), 142-168. <https://doi.org/10.1177%2F0893318920973598>
- Linebaugh, P. (2008). *The Magna Carta Manifesto: Liberties and Commons for all*. University of California Press.
- Martins Soria, I. A. (2016). *Aproximaciones a la agroecología en Portugal: de la pequeña agricultura familiar y tradicional a la agricultura ecológica, de los canales cortos de comercialización a la soberanía alimentaria: prácticas, racionalidades y resistencias* (Tesis de maestría inédita). Universidad Internacional de Andalucía.
- Mattoni, A. (2013). Repertoires of communication in social movement processes. En B. Cammaerts, A. Mattoni & P. McCurdy (Eds.), *Mediation and Protest Movements* (pp. 39-56). Intellect.
- Molero-Cortés, J., Begiristain-Zubillaga, M. & López-García, D. (2019). *Estrategias de comunicación para facilitar saltos de escala en agroecología* [Documento de síntesis]. Fundación Entretantos, Universidad del País Vasco.
- Moreira, S. & Fuster Morell, M. (2020). Food Networks as Urban Commons: Case Study of a Portuguese “Prosumers” Group. *Ecological Economics*, 177, 106777. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106777>
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316423936>
- Ostrom, E. & Walker, J. M. (1991). *Communication in a commons: Cooperation with external enforcement*. Laboratory Research in Political Economy.
- Prost, S., Crivellaro, C., Haddon, A. & Comber, R. (2018). Food Democracy in the Making: Designing with Local Food Networks. Proceedings of the 2018 *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-14). <https://doi.org/10.1145/3173574.3173907>
- Renau, M., Fuster, M., Espelt, R. (2021). Alternatives al capitalisme de plataforma. Democratitzant l'economia de plataforma. *Oikonomics. Revista de Economia, Empresa y Sociedad*, 15. <https://doi.org/10.7238/o.n15.2102>
- Rose, G. (2016). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Sage.

- Rosset, P., Collins, J. & Lappé, F. M. (2000). Lessons from the green revolution. *Third World Resurgence*, 11-14.
- Ryan, C. & Jeffreys, K. (2019). *Beyond prime time activism: Communication activism and social change*. Routledge.
- Schrank, Z. & Running, K. (2016). Individualist and collectivist consumer motivations in local organic food markets. *Journal of Consumer Culture*, 18(1), 184-201. <https://doi.org/10.1177/14695405166659127>
- Stehr, N. (Ed.). (2017). *The governance of knowledge*. Routledge.
- URGENCI. (2021). *Enacting Resilience: the response of Local Solidarity-based Partnerships for Agroecology to the Covid-19 crisis*. <https://urgenci.net/enacting-resilience-the-response-of-lspa-to-the-covid-19-crisis/>
- Volz, P., Weckenbrock, P., Nicolas, C., Jocelyn, P. & Dezsény, Z. (2016). *Overview of community supported agriculture in Europe*. Urgenci.
- Vivero-Pol, J. L. (2017). Food as commons or commodity? Exploring the links between normative valuations and agency in food transition. *Sustainability*, 9(3), 442. <https://doi.org/10.3390/su9030442>
- Vivero-Pol, J. L., Ferrando, T., De Schutter, O. & Mattei, U. (2018). *Routledge Handbook of Food as a Commons*. Routledge.
- Watson, B. (2017). The troubling evolution of corporate greenwashing. *Chain Reaction*, (129), 38-40.