



XVI CONGRESSO INTERNACIONAL GALEGO-PORTUGUÊS DE PSICOPEDAGOGIA

1, 2 e 3 de setembro de 2021, UMinho, Braga, Portugal

ATAS

Associação Científica Internacional de Psicopedagogia (ACIP)
Universidade da Corunha, Universidade do Minho

El papel de las cooperativas de consumo como espacios informales de educación
socioambiental

The role of Food Coops as informal spaces for environmental education

Isabel Lema-Blanco (<https://orcid.org/0003-2965-8052>), Ricardo García Mira
(<https://orcid.org/0002-8664-1700>), Jesús Miguel Muñoz Cantero (<https://orcid.org/0001-5502-1771>)

Universidade da Coruña

Resumen

Esta investigación holística sobre las innovaciones sociales de base en el ámbito alimentario examina los factores individuales y sociales que influyen en las prácticas de consumo consciente y responsable. Se ha adoptado un enfoque cualitativo, empleando técnicas de observación participante, análisis documental y entrevistas en profundidad a una muestra de 26 activistas en 8 iniciativas de consumo consciente integrantes de la “Rede Galega de Consumo Consciente e Responsable”. Los resultados contribuyen a comprender el papel que las formas autoorganizativas de consumo colectivo desempeñan en la promoción de estilos de vida verdes. Las iniciativas de consumo son espacios de experimentación colectiva que favorecen los procesos de aprendizaje en la esfera individual y en el ámbito colectivo de los participantes, transformando significados, competencias y estructuras compartidas. El contexto interno de este tipo de iniciativas de base, facilita procesos de aprendizaje y competencia para la acción, que conducen a la adopción de conductas proambientales en un contexto más amplio. En conclusión, las cooperativas y grupos de consumo se constituyen como formas innovadoras de participación ambiental, que fomentan la adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y destrezas como resultado de la acción colaborativa, la interacción social y la reflexión conjunta que se da en el seno de dichas iniciativas de innovación social.

Palavras-chave: Cooperativas de Consumo Consciente, Innovaciones Sociales, Aprendizaje Social, Aprendizaje Informal, Estilos de Vida Verde

Abstract

This holistic research on grassroots social innovations in the food domain examines the individual and social factors that motivate and influence collective conscious and responsible consumption practices. A qualitative multi-method approach has been employed, using in-depth interviews, participant observation and extent document analysis. 26 in-depth interviews have been conducted with participants actively engaged in 8 locally-based food coops belonging to the “Galician network of conscious and responsible consumption”. The results contribute to the understanding of the role that bottom-up, self-organizing forms of collective consumption play in the promotion of green lifestyles. The internal context of such grassroots initiatives – as voluntary-based initiatives based on active participation- enables empowering and learning processes that lead to pro-environmental behaviour in a wider context. Galician food coops function as spaces for collective experimentation that favour learning processes in the individual sphere and in the collective sphere of the participants, transforming shared meanings, competences and structures. In conclusion, the study highlights the relevance of the social learning processes that emerge within the conscious consumption initiatives that constitute innovative formulas for environmental participation, which encourages the acquisition of new knowledge, abilities and skills as a result of collaborative action, social interaction and joint reflection that occur in these grassroots innovations.

Keywords: Conscious Consumption Cooperatives, Social Innovations, Social Learning, Informal Learning, Green Lifestyles

El papel educador de las cooperativas de consumo

La lucha contra el cambio climático requiere de la acción colectiva de instituciones y ciudadanía, que deben impulsar procesos de transición colectiva hacia sociedades bajas en carbono (IPCC, 2018), lo que necesariamente pasa por la transformación de los patrones occidentales de consumo global y su redistribución en términos de justicia social y solidaridad. Desde diferentes ramas de las ciencias sociales como la psicología ambiental, la educación ambiental, la economía verde o la sociología, se ha avanzado en la comprensión de la naturaleza y los factores que intervienen en los hábitos de consumo. La investigación en el novedoso campo de la innovación social ha venido estudiando los procesos de participación ciudadana “de abajo arriba” conocidos como *grassroots innovations*, y que responden a las necesidades, intereses y valores de las comunidades involucradas desde una perspectiva local. La innovación social (Seyfang & Smith 2007) es un fenómeno complejo y diverso que engloba a un conjunto de fenómenos sociales que aspiran a encontrar respuestas a los problemas sociales a través de a través de procesos de cambio y nuevas formas de participación de la ciudadanía en el ámbito público y privado. La literatura ha estudiado la relación entre innovaciones sociales y los procesos de transformación social, que involucran nuevas dinámicas de relación social, la difusión de nuevos conocimientos y prácticas, la adquisición de competencias y recursos que conducen al empoderamiento de las personas implicadas en dichas innovaciones (Dumitru et al., 2017).

En el campo de la alimentación y el consumo, diferentes estudios, desde la óptica de la sociología, la economía o la psicología, han investigado las innovaciones sociales agroalimentarias, que desafían en sus planteamientos las praxis de la agricultura industrial y persiguen modelos más éticos, autónomos y respetuosos con los derechos del campesinado. Estos estudios destacan el potencial transformador de las innovaciones sociales de base en torno a la alimentación (Rossi, 2017), en tanto en cuanto brindan oportunidades para la reflexión, el aprendizaje y la toma de conciencia (Seyfan & Smith, 2007). De ellas se destacado que son capaces de generar cambios colectivos de comportamiento y fomentar nuevas identidades de ciudadanía ecológica (Seyfang, 2006; Papaoikonomou, Cascon-Pereira & Ryan, 2016). Dichas innovaciones empoderan a los ciudadanos para participar activamente en la arena pública, cuestionando aquellas prácticas y políticas convencionales y forzando cambios radicales a nivel colectivo o institucional (Sumner y Wever, 2017).

Entre las innovaciones sociales más estudiadas se encuentran el movimiento internacional “Slowfood“ (Dumitru et al, 2016), iniciativas agroecológicas de apoyo comunitario (Opitz et al, 2017), y los grupos de consumo (Papaoikonomou et al, 2016; Riutort, 2011; Lema Blanco, García-Mira y Muñoz Cantero, 2015). Entre sus características y

similitudes, destaca la dimensión local de estas iniciativas, el énfasis en la acción colectiva y cooperativa y una serie de factores vinculados a su sostenibilidad interna. Así, su base social parece estar constituida por personas movidas por una amplia diversidad de motivaciones, como el deseo de acceder a alimentos saludables, razones ambientales y políticas orientadas a apoyar modelos de economía social y solidaria en el entorno local.

Algunos autores apuntan a que estas redes locales de consumo alternativo podrían tener efectos significativos en sus contextos de referencia como resultado de los procesos participativos y relacionales que se generan en dichas organizaciones y que incrementaría su capacidad de movilización comunitaria. Dicho potencial transformación estaría directamente relacionado con su capacidad para generar nuevas identidades colectivas y construir nuevos marcos socioculturales que llevan a la adopción de nuevas prácticas sociales. En el ámbito interno, fenómenos de identidad social, percepción de eficacia colectiva y procesos de aprendizaje social o espontáneo aparecen como dimensiones clave para el éxito de estas iniciativas.

Metodología

La presente investigación pretende profundizar en la comprensión en el conocimiento de los procesos de aprendizaje que emergen en el seno de las iniciativas locales de consumo responsable, como fenómeno colectivo y estructurado a través de las organizaciones que integran la “Rede Galega de Consumo Responsable e Consciente”. Para ello se ha optado por un enfoque cualitativo, buscando el “conocimiento oculto”, a través de la experiencia subjetiva y la reflexión crítica de los activistas (Taylor & Bodgam, 1987), respecto de los procesos y dinámicas sociales que emergen en dichos contextos participativos, proporcionando una comprensión holística del fenómeno.

Aplicando una estrategia de estudio de caso, se empleó una combinación de técnicas cualitativas de recogida de datos como han sido las entrevistas cualitativas y semi-estructuradas (Flick, 2009), análisis documental y observación no participante, con el objetivo de obtener un conocimiento profundo de la *Rede Galega de Consumo Consciente e Responsábel*, dentro de su contexto y a partir de diversas fuentes de evidencias. Las cuestiones formuladas a los participantes estaban dirigidas a conocer sus motivaciones para desarrollar un consumo responsable y para asociarse a sus respectivas iniciativas de consumo; conocer sus estilos de consumo, así como las dificultades para llevar un estilo de vida sostenible, y explorar el rol que desempeña la cooperativa, indagando en los procesos de participación y aprendizaje vivenciados.

Instrumentos de recogida de datos

La recogida de datos empíricos se ha desarrollado en tres fases: I) análisis documental a 23 entidades que conforman la red; II) entrevistas en profundidad a informantes clave de 3 cooperativas de consumo responsable; y III) entrevistas semiestructuradas a activistas de 7 iniciativas de consumo. De manera complementaria se realizaron visitas de campo y se ha participado como observadores en actividades organizadas por las entidades objeto de estudio. Esta combinación de fuentes e instrumentos de recogida de datos ha permitido la comparación y contraste de los resultados, incrementando la validez y confiabilidad del estudio.

Revisión documental

Esta fase tuvo por objeto el análisis de 23 iniciativas de consumo local que conforman la red y seleccionar una muestra de informantes clave de acuerdo con los criterios de distribución geográfica, modelo organizativo, grado de consolidación y accesibilidad de la iniciativa. Se analizó la información obtenida de fuentes primarias y secundarias (Valles, 1999). Las fuentes primarias consistieron principalmente en páginas Web y redes sociales de las iniciativas, documentos internos y publicaciones y recursos audiovisuales de carácter educativo o divulgativo. Las fuentes secundarias analizadas fueron publicaciones de carácter científico-educativo o elaboradas por personas expertas en el campo del consumo así como informaciones periodísticas (reportajes, entrevistas, documentales). Entrevistas cualitativas Esta fase consistió en la realización de entrevistas cualitativas, en profundidad, a una muestra no preespecificada de catorce informantes clave (Huberman & Miles, 1994), pertenecientes a tres cooperativas de consumidores (Zocamiñoca, Aldea y Árbore), en su mayoría activistas un alto grado de implicación en dichas organizaciones. Las entrevistas fueron conducidas siguiendo una guía de entrevista, formulándose las preguntas de forma abierta y flexible, con el objeto de permitir que emergiesen cuestiones nuevas y que los entrevistados manifestasen libremente sus experiencias personales, opiniones y reflexiones con respecto a los temas sugeridos Entrevistas semiestructuradas Esta fase consistió en la realización de entrevistas semiestructuradas a una muestra de doce participantes de siete iniciativas de consumo consciente. El objetivo de esta fase es triangular los resultados (Denzin, 1989) de la fase anterior, buscando una mayor diversidad tanto en el perfil de los participantes como en el modelo organizativo y la distribución territorial de las iniciativas. Las preguntas de investigación se enfocaron en conocer las motivaciones para la participación en las iniciativas de consumo, los aprendizajes experimentados en dichas organizaciones y los factores que influyen en la satisfacción de los participantes con la experiencia de consumo colaborativo. No obstante, las preguntas fueron formuladas de forma abierta y flexible permitiendo profundizar en aquellos temas nuevos o de

mayor significancia para el participante. Tratamiento y análisis de los datos Los datos empíricos fueron analizados con técnicas de representación y procesamiento de datos cualitativos, a través de un sistema de codificación sistemática (Huberman y Miles, 1994). El análisis documental fue realizado de modo manual a través de un proceso de codificación de la información partiendo de un sistema de categorías predefinidas basado en los resultados de la revisión de literatura científica. Todas las entrevistas cualitativas fueron grabadas digitalmente, transcritas literalmente y analizadas individualmente a través de un proceso de codificación apoyado por el software Atlas.TI diseñado para el análisis cualitativo de datos.El proceso de análisis de las entrevistas constó de las siguientes etapas recurrentes: 1) lectura detallada del contenido de las entrevistas como paso previo al proceso de codificación; 2) análisis "palabra por palabra" y "línea por línea" de los datos emergentes con el propósito de realizar una primera codificación de la información y generar un primer sistema de códigos y categorías preliminares; 3) elaboración de memos o notas sobre los códigos y categorías y primera interpretación de los datos emergentes; 4) recopilación de datos hasta llegar a la saturación teórica; 5) Definición de las categorías analíticas y las categorías teóricas y establecimiento de las relaciones entre las categorías (Charmaz, 2006) .

ResultadosLa Red Gallega de Consumo Consciente y ResponsableLa Rede Galega de Consumo Consciente e Responsábel está conformada por una veintena de iniciativas locales de consumidores que comparten valores y visión comunes y que se agrupan con el objetivo de hacer accesible los productos de consumo ecológico y de proximidad a la ciudadanía. Su número es fluctuante y durante la realización de esta investigación cinco asociaciones y grupos de consumo desaparecieron y se crearon dos grupos nuevos. Sus integrantes conceptualizan el “consumo responsable y consciente” como aquel que condiciona la elección de los productos y servicios no solo sobre la base de su calidad y precio sino por su impacto ambiental y social, en tanto en cuanto se consumen alimentos ecológicos producidos en proximidad (con reducida emisión de carbono en sus procesos de producción como en su distribución) y/o que cumplen criterios de ética y justicia social (ej. comercio justo, dignificación de los productores y trabajadores). Entre sus ambiciones figura la facilitación de estilos de vida verde y la promoción de redes de proximidad basadas en el modelo de la economía social. Las iniciativas que componen la red se organizan en torno a tres modelos: cooperativas de consumidores, asociaciones y organizaciones sin ánimo de lucro, y grupos informales de consumidores . Todas estas entidades se rigen por un funcionamiento democrático, abierto y participativo. En relación con las actividades desarrolladas, algunas cooperativas de consumo y organizaciones no gubernamentales de carácter solidario que disponen de tiendas abiertas al público para la venta de sus productos ecológicos y/o de

El papel educador de las cooperativas de consumo

comercio justo, mientras que otras mantienen una actividad económica basada en la compra directa de alimentos a los productores de cercanía de la que se benefician en exclusiva las personas asociadas (grupos de consumo, asociaciones). Aprendizajes promovidos por las iniciativas de consumo consciente y responsable Las reflexiones e interpretaciones de los activistas han contribuido a la comprensión de las formas y condiciones bajo las cuales estas innovaciones sociales son capaces de promover procesos de aprendizaje peer to peer que trasciende el ámbito individual y adquieren el potencial para transformar la comunidad. Así, los participantes en este estudio ponen el énfasis en el papel de dichas organizaciones como espacios relacionales que promueven la interacción entre sus asociados, lo que facilita el intercambio mutuo de conocimientos, saberes y experiencias, que emerge cuando los activistas se encuentran en la tienda o local social de la organización o cuando comparten espacios y actividades comunes. El análisis de las 26 entrevistas realizadas a diferentes perfiles de activistas permite observar claramente cuatro principales categorías de aprendizaje que experimentan como consecuencia de su participación activa en las iniciativas de consumo responsable y de las interrelaciones generadas en dichos contextos organizacionales. Así, los aprendizajes referidos con mayor frecuencia y casi unánimemente por los participantes se corresponden con cuatro principales categorías que se describen en la Tabla 1, a continuación.

Tabla 1

Categorías de aprendizaje identificadas en las iniciativas de consumo responsable

Esfera	Tipología de aprendizaje
Individual	Conocimiento y toma de consciencia
	Habilidades y aprendizajes prácticos
	Actitudes
	Comportamientos
Colectiva	Aprendizaje cooperativo
	Autonomía y autogobierno
	Aprendizaje democrático

La categoría más relevante se corresponde con el “conocimiento y toma de consciencia”, es decir, la adquisición de un conocimiento de tipo cognitivo sobre los problemas ambientales y cambios en el reconocimiento y comprensión de procesos o dinámicas complejas. La “toma de consciencia” se manifiesta como un aprendizaje político (discursos sociales y

modelos de economía críticos) que implica cambios en su visión del mundo, que “modifica su forma de entender el mundo” y su propio papel como consumidores.

En segundo lugar, los participantes informan acerca de un aprendizaje de tipo “actitudinal”. Se trata de Cambios de actitud individual hacia estilos de consumo alternativos (ej. Reducción intencional del consumo, dietas bajas en carbono) o la protección del medio ambiente, que se plasma en una intención de los participantes de modificar sus patrones de consumo.

La participación en las iniciativas de consumo consciente y responsable promueve la adquisición de “habilidades y aprendizajes prácticos”, tanto entre las personas asociadas como las usuarias de las cooperativas de consumo con tienda abierta al público. Dichas habilidades hacen referencia al desarrollo de nuevas competencias individuales para realizar una acción en particular como, por ejemplo habilidades culinarias relacionadas con la cocina vegana o vegetariana. Dichas capacidades parecen producir asimismo una sensación de satisfacción asociada al disfrute o al placer producido por dicha experiencia culinaria. Formar parte de una iniciativa de consumo consciente implica también una re-adaptación de las prácticas de consumo desarrolladas con anterioridad. Por ejemplo, la planificación de la compra con antelación, para poder realizar los pedidos semanales o quincenales de manera eficiente, o la adaptación de la dieta personal a la disponibilidad de productos derivada de la estacionalidad de los alimentos, son aprendizajes frecuentemente mencionados por las personas entrevistadas.

La vinculación a una iniciativa colectiva de consumo parece favorecer, a tenor de las entrevistas, cambios de comportamiento encaminados al desarrollo de estilos de vida de bajo impacto energético. Las conductas más frecuentemente mencionadas son aquellas directamente vinculadas al ámbito de la alimentación como, por ejemplo, la adopción de dietas bajas en carne, el aumento significativo en el consumo de alimentos socio y ecológicamente responsables y de proximidad, la preferencia por productos a granel o de reducido embalaje, etc. Asimismo, se reportan con frecuencia la reducción del consumo energético en los hogares, y la adopción de patrones de movilidad sostenible y/o activa, como la preferencia por el transporte público frente al anterior uso frecuente del automóvil privado o la sustitución de éste por la bicicleta común, la bicicleta eléctrica o el patinete eléctrico. En menor medida, la vinculación a las cooperativas, asociaciones y grupos de consumidores conscientes favorece la toma de contacto con otras innovaciones locales o movimientos sociales de nueva generación, como las redes de economía social y solidaria, los movimientos de banca ética, o las cooperativas energéticas que promueven el consumo de energía consciente producida pro fuentes renovables. Se ha

El papel educador de las cooperativas de consumo

observado en varios de los participantes en este estudio un interés por participar en estas nuevas redes de economía alternativa o incluso en organizaciones de índole política.

Desde la óptica comunitaria, los activistas de las diferentes iniciativas participantes en el estudio informan también de aprendizajes de tipo “cooperativo” “democrático”, o de “autogobierno”. Los “aprendizajes cooperativos” hacen referencia al modelos alternativos de organización social en el ámbito de la economía, sustentados en la solidaridad, la responsabilidad colectiva y la justicia social. Estos modelos formulan nuevos marcos relacionales basados en la confianza y el apoyo mutuo, que son el fundamento de innovaciones agroalimentarias como los modelos de agricultura apoyada en la comunidad, entre otros. Los “aprendizajes democráticos” y de “autogobierno” están vinculados con la participación en procesos de toma de decisiones, la adquisición de habilidades de comunicación y gestión de procesos grupales (ej. facilitación de procesos de toma de decisiones), lo que se deriva en la mejora de las competencias colectivas o grupales para el autogobierno, basadas en la corresponsabilidad compartida en la gestión de lo común.

Conclusiones

La resolución de los conflictos y dilemas ambientales a los que se enfrenta la sociedad requiere también de la investigación acerca de los contextos de aprendizaje más adecuados para que las personas adquieran los conocimientos necesarios y desarrollen competencias para la acción en el campo de la lucha contra el cambio climático o del consumo, entre otros. La metodología cualitativa empleada ha permitido conocer en profundidad las experiencias personales de los activistas de una diversidad de iniciativas gallegas de consumo colectivo, arrojando luz acerca de los procesos del aprendizaje informal en el contexto comunitario orientando sus preguntas de investigación a qué conocimientos, habilidades y competencias son necesarias y pueden ser aprendidas individual y colectivamente en el seno de dichas iniciativas. Así, las iniciativas de consumo consciente serán espacios de aprendizaje social en tanto en cuanto sean transmisoras de conductas ambientalmente sostenibles entre los miembros de la iniciativa y entre ésta y su entorno exterior. Ello puede llevar a cambios de los patrones de consumo energético en diferentes dominios (ej. dietas vegetarianas o veganas, reducción del consumo de energía y movilidad sostenible), así como a una transformación de las relaciones económicas y sociales entre la producción, distribución y consumo de alimentos.

La participación en este tipo de organizaciones parece brindar, a los activistas, oportunidades para el aprendizaje significativo a través de procesos experienciales e interactivos que surgen a través del intercambio de conocimientos entre pares y la toma de decisiones compartida en una suerte de comunidades de práctica. Como contextos

participativos socialmente innovadores, dichas iniciativas promueven también el desarrollo de capacidades de autonomía, participación democrática y corresponsabilidad en la gestión de lo común. Estos procesos de aprendizaje aparecen en la literatura como un factor relevante para la sostenibilidad, madurez y permanencia de las innovaciones de base a lo largo del tiempo. Atendiendo a su contexto interno, dichas iniciativas de base voluntaria y basadas en la participación activa de sus asociados funcionan como espacios de experimentación colectiva que favorecen los procesos de aprendizaje en el ámbito individual y en el ámbito colectivo de los participantes, transformando significados, competencias y estructuras compartidas. Estos resultados coinciden con estudios previos de ámbito cualitativo que han destacado el papel de las cooperativas de consumo como facilitadoras de sinergias entre sus miembros y otras organizaciones, surgiendo “círculos virtuosos” de interés mutuo y cooperación (Lema Blanco et al, 2015), lo que incrementa la capacidad transformadora de estos nuevos movimientos de innovación social.

Referencias

- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage.
- Dumitru, A.; Lema-Blanco, I.; Kunze, I. and García-Mira, R. (2016) Slow food movement. Case-study report. TRANSIT project. shorturl.at/EG125
- Dumitru, A., Lema-Blanco, I., Kunze, R., Kemp, R., Wittmayer, J., Haxeltine, A., & Cozan, S. (2017). Social learning in social innovation initiatives: Learning about systemic relations and strategies for transformative change. TRANSIT Brief, 4. TRANSIT project. shorturl.at/yBNX0
- Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research*. Fourth Edition. Edition Five. London: Sage
- García Mira, R. & Dumitru, A. (Coords) (2017). Green Lifestyles, Alternative Models and Upscaling Regional Sustainability. GLAMURS Project. Green Lifestyles, Alternative Models and Upscaling Regional Sustainability. GLAMURS Project. https://www.people-environment-udc.org/wp-content/uploads/2017/09/revista_glamurs_bj.pdf
- Huberman, A. M., & Miles, M. B. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. California (USA): Sage Publications.
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (2018). *Global Warming of 1.5° C: An IPCC Special Report on the Impacts of Global Warming of 1.5° C Above Pre-industrial Levels*. Intergovernmental Panel on Climate Change.

El papel educador de las cooperativas de consumo

- Lema Blanco, I; García-Mira, R. & Muñoz Cantero, J.M. (2015). Las iniciativas de consumo responsable como espacios de innovación comunitaria y aprendizaje social. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, Extr.(14), 29-33. <http://hdl.handle.net/2183/18412>
- Opitz, I., Specht, K., Piorr, A., Siebert, R., & Zasada, I. (2017). Effects of consumer-producer interactions in alternative food networks on consumers' learning about food and agriculture. *Moravian Geographical Reports*, 25(3), 181-191. <https://doi.org/10.1515/mgr-2017-0016>
- Papaoikonomou, E., Cascon-Pereira, R., & Ryan, G. (2016). Constructing and communicating an ethical consumer identity: A Social Identity Approach. *Journal of Consumer Culture*, 16(1), 209-231. <https://doi.org/10.1177/1469540514521080>
- Riutort i Sern, S. (2011). Espacios de transformación social e innovación en el consumo. El caso de las organizaciones de consumo agroecológico de Barcelona. *Mientras Tanto*, (116), 77-103. <https://www.jstor.org/stable/41703216>
- Rossi, A. (2017). Beyond food provisioning: The transformative potential of grassroots innovation around food. *Agriculture*, 7(1), 6. <https://doi.org/10.3390/agriculture7010006>
- Seyfang, G., & Smith, A. (2007). Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda. *Environmental politics*, 16(4), 584-603. <https://doi.org/10.1080/09644010701419121>
- Sumner, J., & Wever, C. (2017). Learning alterity in the social economy: the case of the Local Organic Food Co-ops Network in Ontario, Canada. *European journal for Research on the Education and Learning of Adults*, 8(2), 195-206. <http://dx.doi.org/10.3384/rela.2000-7426.rela9093>
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (Vol. 1). Barcelona: Paidós.