

Nuevos comunes para la transformación eco-social: el Ecomercado de Granada como estudio de caso

José Antonio Morillas del Moral¹ 

Recibido: 23 de octubre de 2019 / Aceptado: 30 de enero de 2020 / Publicado: 16 de junio de 2020

Resumen. El presente trabajo señala las distintas vertientes abiertas en el estudio del común, especialmente dentro de los nuevos comunes. Posteriormente, se construye un marco de referencia entre la Economía Social y Solidaria y el estudio de los bienes comunes utilizando las líneas conceptuales que unen ambas teorías. Finalmente, se aplica dicho marco a un caso de estudio de nuevos comunes temáticos que se configura como una iniciativa de Economía Social y Solidaria: El Ecomercado de Granada. Este Ecomercado persigue una mayor calidad alimentaria y una forma distinta de entender las relaciones agroalimentarias y económicas en la ciudad.

Palabras clave: Bienes comunes; Sustentabilidad; Agroecología; Economía Social y Solidaria; Calidad alimentaria; Instituciones.

Claves Econlit: A14; H41; Q18.

[en] New commons for the eco-social transformation. El Ecomercado de Granada as case study

Abstract. The present paper indicates the different open slopes in the study of the commons, especially within the new commons. Subsequently, a frame of reference is constructed between the Social and Solidarity Economy and the study of commons using the conceptual lines that link both theories. Finally, this framework is applied to a case study of new thematic commons that is configured as an initiative of Social and Solidarity Economy: El Ecomercado de Granada. This Ecomercado pursues higher food quality and a different way of understanding agrifood and economic relations in the city.

Keywords: Commons; Sustainability; Agroecology; Social and Solidarity Economy; Food quality; Institutions.

Sumario. 1. Introducción. 2. Los comunes. Nuevas formas de entender el común y nuevos aspectos. 3. Nuevos comunes en la Economía Social y Solidaria. 4. Metodología. 5. Caso de estudio. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar. Morillas del Moral, J.A (2020) Nuevos comunes para la transformación eco-social: el Ecomercado de Granada como estudio de caso. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 135, e69179. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.69179>.

1. Introducción

El análisis de los recursos de uso común se ha convertido en un campo de investigación muy prolífico a nivel internacional (Bollier, 2008; Barlow, 2004; Barnes, 2006; Helfrich, 2008). Prueba de ello es la gran cantidad de publicaciones sobre la temática, principalmente a partir de la concesión del premio Nobel a la profesora Elinor Ostrom, referente mundial en la investigación sobre bienes comunes.

La obra más conocida de Ostrom, “Governing the Commons” (1990) da un paso más en la investigación realizada hasta la fecha en este campo de estudio (Hardin, 1966) analizando tanto casos de gestión exitosos como no exitosos en la gestión de recursos comunes. Ostrom, muestra que, la conservación y la sostenibilidad del recurso, la adecuada utilización del mismo por los participantes y el evitar comportamientos oportunistas, depende en gran parte del grado de cooperación alcanzado por los que se denominan “apropiadores” del recurso.

Desde el comienzo de la crisis económica ha surgido una respuesta que busca reducir los efectos negativos de la misma. Prueba de ello ha sido el fortalecimiento de numerosas propuestas e iniciativas que giran en torno al cooperativismo y a la Economía Social y Solidaria como son la Red Agroecológica de

¹ Universidad de León - Universidad de Granada, España.
Dirección de correo electrónico: jmorim@unileon.es, josemorillas@correo.ugr.es.

Granada o la Asociación Cooperativas en León. También numerosos “Bancos del Tiempo” y mercados sociales se han puesto en funcionamiento en toda España desde 2008 consiguiendo gran apoyo social (Sabín y Crespo, 2014). Además, se ha conseguido la visibilización de algunas iniciativas relacionadas que anteriormente pasaban desapercibidas y han sido situadas en el centro del debate económico (Coraggio, 2009, 2011).

Aunque si bien es cierto el ritmo de creación de empresas de economía social se ha visto reducido en un 1,01% (Cantarero, González-Loureiro y Puig, 2017). A pesar de esto, hay territorios en España que resisten mejor a esta reducción, como el País Vasco, Cataluña o Andalucía, que hacen pensar en el aspecto cultural de la creación de empresas de Economía Social (Bretos Fernández y Morandeira Arca, 2016).

Muchas de las iniciativas desarrolladas desde la Economía Social y Solidaria pueden ser analizadas desde una perspectiva de gestión de nuevos comunes. Para ello, el estudio debe ser abordado desde la colectividad, un prisma más heterodoxo y multidimensional, en contraposición con la literatura más convencional sobre bienes comunes, tal y como marcan las investigaciones de Ostrom (1990).

A este respecto diferentes publicaciones han señalado la incorporación de una nueva línea dentro del estudio del común, los denominados “nuevos comunes” una evolución que ya no se centra en una dicotomía de bienes públicos o privados (Hess, 2008). Los nuevos comunes son bienes no rivales y no excluibles con un acceso totalmente libre por la totalidad de los apropiadores, a diferencia de los comunes tradicionales que son bienes rivales pero difícilmente excluibles. Dentro de estos “nuevos comunes” se distinguen entre aquellos que son novedosos por su objeto de estudio, pero que mantienen el marco de referencia de Ostrom - aunque este no debe definirse como un programa finito (Lakatos, 1982)- y aquellos que rompen con el marco de referencia de Ostrom y que señalan que es necesario dar un paso más en el estudio del común, hacia una nueva forma de entenderlo creando un marco en el que sea posible estudiar bienes de distinto tipo y naturaleza (Morillas, García-Quero y López Castellano, 2019).

El objetivo de este trabajo es doble. En primer lugar, se utilizará el marco de referencia de la Economía Social y Solidaria para conectarlo con las conceptualizaciones teóricas expuestas por Ostrom (1990) sobre bienes comunes. En segundo lugar, analizar el Ecomercado de Granada (Sur), una institución de gobierno del común en el territorio granadino a través del marco teórico resultante, mediante una aproximación cualitativa. Esto es debido a que el Ecomercado de Granada no sólo responde a la denominada Economía Social y Solidaria (ESyS) sino que por sus características también permite ser encajado en la gestión de bienes comunes, en particular como un caso de “nuevos comunes” en este caso temáticos.

Para cumplir con ambos objetivos el trabajo se estructurará como sigue.

En la primera parte, se discutirá en torno al concepto de bienes comunes diferenciando los denominados nuevos comunes. En la segunda parte se señalan puntos en común entre el estudio de los nuevos comunes y la Economía Social y Solidaria. Posteriormente, en la tercera sección, se especifica la metodología utilizada en este caso de estudio. Finalmente, en las secciones 4 y 5, se abordará el estudio de un caso concreto: el Ecomercado de Granada (Sur) desde la perspectiva de los nuevos comunes y la Economía Social y Solidaria en un contexto agroecológico y de calidad alimentaria.

2. Los comunes. Nuevas formas de entender el común y nuevos aspectos

En la literatura económica tradicionalmente se han clasificado los bienes comunes por su naturaleza como no excluibles y rivales. Este tipo de bienes se han explicado a través de la conocida como Tragedia de los Comunes de Garret Hardin (1968), considerándose una prueba irrefutable de la superior eficiencia de la propiedad privada sobre otras formas de propiedad. Si bien esta lectura de la obra de Hardin es equivocada, debido a que este artículo no es más que una preocupación neomalthusiana de los límites físicos de la tierra y en ningún momento pretende dar respuesta al estudio del común (Harvey, 2012). Formaba parte, por tanto, de los incipientes debates sobre la sobrepoblación y los límites medioambientales anteriores al informe del Club de Roma de 1972 (Rendueles y Sádaba, 2015).

En la actualidad, los bienes comunes han vuelto a escena del debate económico (aunque no exclusivamente de este campo, también antropológico, sociológico o desde el derecho), gracias en parte a la notoriedad que el trabajo de Ostrom ha dado a este campo de estudio. Esta autora centra su trabajo en el estudio de las instituciones que han permitido gestionar este tipo de bienes de forma exitosa (consiguen que el bien se mantenga a largo plazo y su uso sea sostenible) o no exitosa (el bien común es destruido y agotado no siendo posible su utilización por las generaciones futuras).

Se definen los bienes comunes como “un sistema de recursos naturales (o realizados por el hombre), lo suficientemente grandes como para volver costoso (pero no imposible) excluir a destinatarios potenciales de los beneficios de su uso” (Ostrom, 1990: 66). Un bien común puede ser pequeño y servir a un grupo reducido o puede tener escala comunitaria o internacional. Pueden también estar muy acotados y delimitados, pueden ser transfronterizos o sencillamente no presentar límites claros (Hess y Ostrom, 2006: 4-5). Tradicionalmente en la literatura económica este tipo de bienes han sido gestionados de dos formas posibles; por una parte, la

gestión estatal de los bienes comunes o la privatización de los mismos. Esta última solución se está imponiendo en la actualidad debido a los continuos procesos de privatización del común (Harvey, 2012).

Todo bien común responde a una amenaza de cercamiento o enclosure del común de carácter político. El gobierno, sometido por muchos canales a los intereses financieros globales, liquida los bienes comunes fuera de todo control y ofrece como explicación la necesidad de pagar sus deudas de juego (Mattei, 2011). Así la forma más eficiente de gestión de este tipo de recursos es la propiedad comunal del bien por los afectados o apropiadores, aunque los casos analizados en su obra bajo este enfoque no superan los 15.000 apropiadores (Ostrom, 1990, 2001). Este hecho hace que se tengan dudas acerca de que esta solución sea factible para aquellos casos en los que la escala del bien es superior (Harvey, 2012).

Recientemente en la literatura económica la definición de bienes comunes ha evolucionado desde la obra de Ostrom. Actualmente la literatura se mueve en torno a los denominados nuevos comunes. Estos son definidos como espacios institucionales, en los que se puede practicar un tipo particular de libertad: libertad de las restricciones que normalmente se aceptan como condiciones previas necesarias para el funcionamiento de los mercados (Benkler, 2003). Los nuevos comunes son bienes no excluibles y no rivales a diferencia de los comunes tradicionales, aunque sí responde a una amenaza de cercamiento político y económico y responden a la propiedad comunal en su gestión (Hardt y Negri, 2009). Dentro de estos nuevos comunes diferenciamos dos corrientes (Morillas, García-Quero y López Castellano, 2019): En la primera se incluyen aquellos nuevos comunes que son novedosos en relación a las temáticas estudiadas, pero que mantienen la metodología de estudio propuesta por Ostrom y su marco conceptual. La segunda la componen aquellos estudios del común que rompen con el marco de referencia expuesto por Ostrom y proponen una nueva forma de entender el común (Hardt y Negri, 2009), (Mattei, 2013) y (Macías Vázquez y Alonso González, 2016). Esta segunda corriente a pesar de no compartir marco de referencia con Ostrom si reconocen el valor de la obra, poniendo en el centro del debate económico el gobierno de los comunes desde una perspectiva neoinstitucionalista creando así un nuevo paradigma (Lakatos, 1982).

El caso de estudio propuesto en este artículo lo enmarcamos dentro de la línea de nuevos comunes temáticos, ya que el análisis propuesto parte de los postulados propuestos por Ostrom (1990) a pesar de que se conocen las debilidades del análisis.

3. Nuevos comunes en la Economía Social y Solidaria (ESyS)

En este apartado se analizará el marco de referencia que se ha ido creando a lo largo de los últimos años en torno a la Economía Social y Solidaria y se creará un marco común con las conceptualizaciones teóricas expuestas por Ostrom (1990).

En primer lugar, cabe destacar la diferencia entre Economía Social y Economía Social y Solidaria. La denominación “Economía Social”, con más de un siglo de historia, está vinculada al mutualismo y cooperativismo. La nueva expresión “Economía Social y Solidaria” pretende abarcar tanto al resurgimiento de esas viejas ideas en los últimos años, como a una gran cantidad de nuevas elaboraciones e iniciativas surgidas en simultáneo en distintos lugares, y denominadas muchas veces con diferentes nombres (Guridi Aldanondo, Pérez de Mendiguren, Iametti, Deux Marzi, Vázquez & Uribe, 2011).

La Economía Social y Solidaria (en adelante ESyS) surge del tronco común de la Economía Social, en el marco de la crisis sistémica que asola tanto el tejido productivo como social, ha vuelto a recobrar fuerza como alternativa gracias a su poder evocador. La ESyS parte de una consideración alternativa al sistema de prioridades sobre el que se fundamenta la economía capitalista actual (Askunze, 2013). Esta alternativa se fundamenta bajo una visión teórica y práctica que reivindica la economía como un medio y no como un fin.

Frente a la lógica del capital, la mercantilización creciente de las esferas públicas y privadas y la búsqueda de máximo beneficio, la ESyS persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, la cooperación, la reciprocidad y la ayuda mutua. Frente al capital y su acumulación, la ESyS aboga por situar a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, otorgando a los mercados un papel instrumental siempre al servicio del bienestar de todas las personas y de la reproducción de la vida en el planeta (Pérez de Mendiguren et. al, 2009).

La ESyS puede ser entendida como “un modo de hacer economía, organizando de manera asociada y cooperativa la producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios no en base al motivo de lucro privado sino a la resolución de las necesidades, buscando condiciones de vida de alta calidad para todos los que en ella participan, sus familiares y comunidades, en colaboración con otras comunidades para resolver las necesidades materiales a la vez que estableciendo lazos sociales fraternales y solidarios, asumiendo con responsabilidad el manejo de los recursos naturales y el respeto a las generaciones futuras, consolidando vínculos sociales armónicos y duraderos entre comunidades, sin explotación del trabajo ajeno.” (Coraggio, 2007).

En la práctica desarrollar la ESyS, implica, partir de las iniciativas que emergen desarticuladas, y reconociendo la realidad y la lógica de la economía popular, construir un sector orgánico contrahegemónico

que, operando dentro de la sociedad capitalista, institucionalice prácticas que sostienen otros valores, que regulen el mercado y presionen por reorientar las políticas estatales. Este sector debería incluir a todas las organizaciones económicas basadas en el trabajo asociativo, autogestionado democráticamente, orientadas por la satisfacción de las necesidades de sus miembros y sus comunidades, y a todas las redes y acciones colectivas que las articulen (Coraggio, 2007). La ESyS contribuye a ampliar socialmente el acceso a los medios de producción y a la gestión de empresas, a la vez que genera empleos estables no dependientes del capital (Razeto Migliaro, 2002).

La gobernanza del común comparte con el núcleo de la ESyS un marcado sesgo democrático, trabajo asociativo y autogestionado democráticamente. Estos rasgos son expuestos en el trabajo de Ostrom (1990) en el que se hace hincapié en la necesidad de democratizar las instituciones comunales y hacer frente mediante el asociacionismo a los problemas de acción colectiva a los que las instituciones de gobierno del común deben hacer frente para su mantenimiento a largo plazo. Además, una masa social fuerte fortalece este tipo de instituciones como sucede en las iniciativas de ESyS.

La ESyS y el estudio de los nuevos comunes comparten su visión de alternativa al sistema económico actual y son espacios creados para mejorar la situación vital de la sociedad. La crisis económica actual en España aumenta la presión sobre la reproducción social y económica de las clases bajas dentro de comunidades locales, amenazando el equilibrio virtuoso entre gestión de recursos comunes y colectividad (Macías Vázquez & Alonso González, 2016) y con la creación de espacios de economía social se produce la democratización de los procesos y recursos, en este caso comunes.

En este artículo nos centraremos en el estudio del Ecomercado de Granada, una alternativa de ESyS desde un enfoque agroecológico y crítico con el sistema socioeconómico actual, especialmente en el campo de la alimentación, en busca de una mayor calidad alimentaria y productos de cercanía que favorecerán un menor impacto medioambiental además del fomento de la economía local. Esta institución de ESyS puede ser analizada desde el marco de los nuevos comunes, entendiendo que ambas corrientes y marcos conceptuales se pueden fortalecerse entre ellos ya que se entienden complementarios. Existen ya estudios vinculados a la comida y a la alimentación estudiadas bajo la perspectiva de los nuevos comunes (Vivero-Pol, 2013, 2017).

4. Metodología

El primer paso que se tomó a la hora de realizar un acercamiento al estudio de este caso fue preguntarse quién conocía el Ecomercado desde sus inicios para realizar varias entrevistas de aproximación mediante el método bola de nieve. Se decidió ponerse en contacto y concertar dos citas con personas que estuvieran relacionadas con el mismo desde su surgimiento. A este respecto se realizaron dos entrevistas semiestructuradas en las se buscaba que los entrevistados narrasen su experiencia y señalaran cuestiones que a su juicio resultaban relevantes. En la primera entrevista, se introdujo el funcionamiento y organización del mismo. Se solicitó el acceso a algunos documentos o fuentes que introdujesen más en el mismo, facilitándose una serie de documentos. En la segunda entrevista, se dieron algunas claves sobre problemas a los que hacen frente apropiadores y un análisis de la situación y evolución de la institución. Esto permitió el diseño de las preguntas que posteriormente se harían con las visitas al Ecomercado.

A continuación, se analizaron los documentos facilitados. Una vez analizados los primeros documentos y tras procesar la información de las entrevistas se estableció la necesidad de hacer una aproximación teórica a la agroecología, debido a que es bajo esta concepción donde se enmarcan las prácticas del Ecomercado (De la Cruz et al., 2017; De la Cruz y Calle, 2015).

Posteriormente, realizada esta aproximación teórica a la agroecología, se continuó con 2 visitas al Ecomercado observando cómo se organizaba el mismo y analizar su funcionamiento, mediante el método de observación participante y la realización de encuestas. Allí se comprobó in situ la afluencia de público asistente al Ecomercado. Esto hizo que se conociese el funcionamiento, y los problemas que los apropiadores y los usuarios afrontan. Allí se pudo preguntar sobre los motivos por los que los asistentes van al Ecomercado, el gasto mensual realizado en el Ecomercado y la asistencia anual al mismo. Se encuestó a un total de 30 personas. Fueron 18 mujeres y 12 hombres, no observándose diferencias por sexo en las respuestas.

A partir de ese momento y procesando tanto los datos obtenidos, como los problemas que habían sido señalados anteriormente y el funcionamiento del propio Ecomercado se pasó a realizar un análisis de este. Se decidió analizar el Ecomercado de Granada como una institución de bien común exitoso en sentido de Ostrom, es decir, si se cumplían los principios de diseño propuestos por la misma. Se tenía la hipótesis de partida de que si el Ecomercado cumplía algunos, se podría pensar que este podría ser un caso de gobierno de bien común que avanza en una línea satisfactoria. También ver qué propuestas no se estaban implementado y de qué modo podrían incluirse respetando la propia idiosincrasia del Ecomercado y sus participantes. Sin embargo, como la propia Ostrom argumenta (2001) no es tan sencillo, estos principios de

diseño pueden facilitar que las instituciones sean exitosas, pero en ningún caso aseguran el éxito (ver sección 5.2.3.).

A continuación, antes de aproximarnos al Ecomercado como nuevo común se hará un breve recorrido a través de la literatura actual del sistema agroalimentario. El Ecomercado como estructura pretende cambiar los hábitos de consumo hacia un consumo de mayor cercanía. Para conocer bien la institución es necesario conocer el contexto en el que se mueve y ver qué aspectos de ese contexto pretende cambiar. Además, esta contextualización del entorno agroalimentario nos permitirá conocer aspectos que resultarán claves en el funcionamiento y organización del Ecomercado. Finalmente, se comprobará si el Ecomercado de Granada (Sur) cumple con los principios de diseño propuestos por Ostrom (1990).

5. Caso de estudio

Esta sección se ha estructurado de la siguiente forma. En primer lugar, se contextualizará el enfoque agroecológico sobre el que se basa el Ecomercado de Granada (Sur). Posteriormente, se explicará el funcionamiento y aspectos organizativos del mismo. Además, se conocerá aspectos a mejorar y concepción de los propios involucrados en el Ecomercado. Por último, se hará un análisis de los principios de diseño aplicados al estudio de este caso, comprobando si se cumplen o no y algunas consideraciones tras el estudio.

5.1. El enfoque agroecológico. Una nueva forma de concebir la alimentación

El actual sistema agroalimentario globalizado (SAG) lo constituye un conjunto de grandes empresas multinacionales que determinan su funcionamiento y estructura (ETC Group, 2011). La concentración de poder mencionada dirige el mercado a un gran negocio de los productos agrícolas, orientando a los consumidores hacia un mercado de bajos costes y muy baja calidad (De la Cruz et al., 2017). La gran distribución de productos debido principalmente a su gran capacidad de compra lleva los proveedores y productores a una bajada de precios, dando como resultado prácticas comerciales y productivas desleales (Fadón y López García, 2012). Una vez la alimentación deja de ser un problema de abastecimiento, de cantidad y de oferta, se dan las condiciones para el surgimiento de inquietudes y debates sobre su procedencia, su calidad y su consumo (Van der Ploeg, 2010).

Dentro del SAG, la distribución moderna (grandes superficies, hipermercados, cadenas de supermercados, etc.) considera al consumidor una fuente de información para mejorar sus ventas y como un sujeto moldeable por la publicidad de los medios de comunicación masivos (De la Cruz et al., 2017), es más, la poderosa intermediación de las multinacionales globales, tanto fabricantes como distribuidores, descontextualiza los alimentos y aleja al comprador de toda referencia a sus raíces geográficas o sociales (Sánchez Hernández, 2009). Son los llamados OCNIs, Objetos Comestibles No Identificados (Bérard y Marchenay, 2004). Es lo que se define como un imperio agroalimentario más pendiente de sus conexiones económicas y financieras internacionales y la precarización del campesinado que de estrategias de desarrollo endógeno (Van der Ploeg, 2010). La desconfianza es creciente entre los consumidores acerca de los alimentos vendidos a través de estos canales (Gallar y Saracho-Domínguez, 2016).

Esta desafección alimentaria en la distribución moderna ha llevado a que las personas actúen de forma individual o colectivamente para buscar alternativas al SAG, es decir, redes alimentarias alternativas. Las redes alimentarias alternativas se definen como los mecanismos, sistemas, circuitos o canales de producción, distribución y consumo de alimentos que se fundamentan en la re-conexión o comunicación cercana entre productor, producto y consumidor, que articulan nuevas formas de relación y gobierno de la red de actores y que estimulan una distribución del valor más favorable a los productores originarios (Winter 2003, 2004; Watts y Maye, 2005). Así, dentro de estas redes se generan cambios en los hábitos de compra y consumo y participación activa en las formas de adquirir, distribuir o producir los alimentos. Un ejemplo claro son los grupos de consumo, las huertas urbanas o las cooperativas agroecológicas (Calle, Gallar y Candón, 2013). Este tipo de iniciativas pretenden construir un sistema agroalimentario alternativo que permita a la sociedad tener una alternativa viable y eficaz.

A pesar de la existencia de gran cantidad de iniciativas dentro de los sistemas agroalimentarios alternativos, la cantidad de personas consumidoras que están dentro de estos canales aún es muy minoritaria. Sin embargo, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, MAPAMA (2018), en España el consumo de alimentos ecológicos viene creciendo significativamente. Prueba de esto es que el crecimiento del consumo de productos ecológicos ha crecido en España un 12,55% respecto a 2015, frente al crecimiento del 2,2% de productos que no son ecológicos (Kantar World Panel y Fundació Catalunya La Pedrera, 2018).

Pese a los avances en un consumo más “verde”, es posible que no se esté contribuyendo a una transformación social que modifique realmente el modelo agroalimentario imperante (Vivas, 2017). Es más, en el caso de que este consumo se realice en los grandes distribuidores minoristas, si bien la alimentación

adquiriría un carácter más saludable y respetuoso con el medio ambiente, se podrían estar manteniendo las estructuras de poder la industria agroalimentaria (Vivas, 2017).

Los sistemas participativos de garantía (SPG) se han multiplicado en España como sistemas de validación de la calidad de los productos agroecológicos y otras formas de producción distintas a las existentes dentro de los canales del SAG, pudiendo ser plataformas idóneas para la construcción de soberanía alimentaria (Torremocha, 2012). A pesar de esta validación de calidad, las relaciones entre calidad y consumo de productos van más allá. Cabe señalar que existe una escasa participación de consumidores en procesos de cambio debido a que la sociedad española en su conjunto no se caracteriza por una gran participación en procesos sociales (López, 2011). Estos SPG surgen de la necesidad de nuevos criterios de validación de productos, debido principalmente a la creciente desconfianza del consumidor en las denominaciones de origen, ya que estos no reconocen las denominaciones de origen o simplemente las desconocen.

Por tanto, las denominaciones de origen pierden su razón de ser (ser reconocibles y aportar un valor añadido al producto) con el desconocimiento de sus ventajas por parte del consumidor, por lo que el sistema de denominaciones de origen es en la práctica un sistema fallido. Prueba de ello, es el caso del vino en Galicia (Alonso-González y Parga-Dans, 2017). Es, por tanto, necesario un sistema de validación de la calidad alimentaria cercano y comprensible por el conjunto de la ciudadanía, en el que las reglas y ventajas de pertenencia al mismo sean claras y visibles. En este sentido se desarrollan los SPG.

En este contexto, como destacan De la Cruz, Haro y Molero (2016) los mercados al aire libre de alimentos ecológicos se vienen multiplicando en España. El Ecomercado de Granada es uno de ellos, y por sus características podemos enmarcarlo como una respuesta colectiva al modelo SAG.

5.2. Funcionamiento y aspectos organizativos del Ecomercado Sur de Granada

5.2.1. Antecedentes y surgimiento

El Ecomercado de Granada surge en el entorno de la ciudad, fruto de un proceso participativo entre personas y organizaciones vinculadas a la agroecología y al enfoque agroecológico. Surge ante la posibilidad de acceder a una subvención de la Junta de Andalucía para favorecer los Canales Cortos de Comercialización (CCC). La primera reunión y que a la postre sería el germen de la institución que gestiona el Ecomercado (Red Agroecológica de Granada, RAG), sería convocada por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía en noviembre del 2012 (RAG, 2013). Además de compartir distintas experiencias como la Bioferia de Miraflores en Lima, Perú, los mercados de campesinos de Cataluña o los mercadillos de Guadalhorce Ecológico de Málaga, de mercados de productos agroecológicos.

Posteriormente a esta reunión, en febrero del año 2013, se decide hacer un diagnóstico participativo. Esta reunión es convocada por el equipo del proyecto de excelencia de la Universidad de Granada, PLANPAIS, siendo ellos los encargados de la dinamización de la misma. Así pues, tanto el Ecomercado como la RAG, institución creada para la gestión y organización de este, nacieron en un proceso de Investigación-Acción Participativa (IAP) en el año 2013. Según Matarán y Castillo (2013), el equipo del proyecto PLANPAIS tuvo un papel clave, ya que ejercieron de dinamizadores y abordaron entre otros problemas, las dificultades de comercialización de los productos locales mediante metodologías IAP. Además, en este proceso de IAP con el equipo PLANPAIS, se obtuvieron los primeros problemas a los que el Ecomercado debía hacer frente, como, por ejemplo, la falta de espacios de venta o la coordinación entre colectivos. Se decide en esta reunión la creación de un mercado común de todos los colectivos y personas asistentes.

A partir de este momento, se inicia un proceso participativo entre varios particulares y organizaciones agroecológicas que apuestan y deciden de forma colectiva crear un mercado al aire libre, el Ecomercado (De la Cruz Abarca y Calle, 2015). En esta creación la RAG se convierte en la entidad facilitadora y representadora de las organizaciones y personas que participarían en el Ecomercado.

Los objetivos principales del Ecomercado son los siguientes: La articulación y organización de la oferta de productos agroecológicos; Fomentar la visibilidad de la producción agroecológica y la relación con los consumidores; Facilitar la coordinación y representación del sector agroecológico.

En una reunión en marzo de 2013 se decide el lugar donde tendría lugar el mercado y su frecuencia, además de la creación de un reglamento interno. Los distintos actores que intervinieron en su creación, pequeños agricultores, consumidores, organizaciones de productores, asociaciones de producción y consumo, eco tiendas, técnicos y artesanos decidieron colectivamente, mediante asamblea, que la mejor forma de poner en marcha esta iniciativa era un mercado al aire libre.

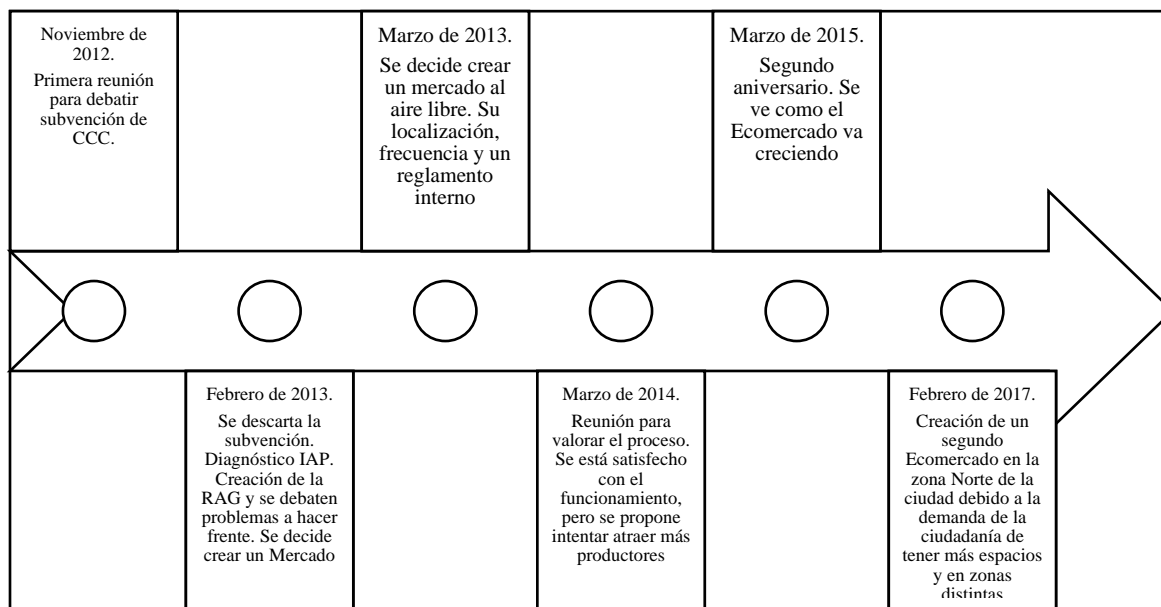
Las organizaciones que estuvieron desde el principio del Ecomercado suman un total de 15 y son las siguientes: Almutasy, ARIECO, Bodega Méndez Moya, Como de Graná, Consumo Cuidado, Ecológicos Gr, Ecolomar, Ecovalle, El Encinar, El Vergel de la Vega, Espartizal, Horno María Diezma, HORTOAM y las Torcas. Más allá de las asociaciones y grupos promotores también lo conforman una diversidad de personas que a título individual han estado involucradas en una gran labor de apoyo desde el comienzo del

proceso. Todos ellos compartían un enfoque agroecológico, que se tomó como punto de partida para la creación del mismo.

Señalar que en febrero de 2017 se creó un nuevo Ecomercado en la zona norte de la ciudad, también gestionado por la RAG. Este artículo se centra en el caso del Ecomercado de la zona centro (Sur), puesto que el nuevo Ecomercado carece de la historia suficiente como para ser analizado.

La evolución del Ecomercado de Granada queda resumida en la siguiente línea temporal.

Figura. 1. Línea temporal de evolución del Ecomercado



Fuente: Elaboración propia en base a documentación analizada y entrevistas.

5.2.2. Organización, funcionamiento y concepción de los asistentes al Ecomercado de Granada (Sur)

La celebración del Ecomercado tiene lugar en la explanada junto al Palacio de Congresos de Granada, junto a la ribera del río Genil, una zona muy céntrica de la ciudad. Se realiza con una frecuencia mensual, teniendo lugar el primer sábado de cada mes. En el mismo hay puestos de venta de diferentes agricultores, pertenecientes la mayoría a la Vega de Granada, aunque en la actualidad cada vez hay más productores que son de zonas más alejadas de la ciudad.

Para la consecución de sus objetivos el Ecomercado se organiza de forma asamblearia con reuniones mensuales llevadas a cabo de forma alterna en horario de mañana y tarde. En estas reuniones se toman todas las decisiones referentes al Ecomercado. El Ecomercado exige a todos aquellos participantes un mínimo de asistencia del 50% al conjunto de reuniones, debido a la importancia que se le otorga a la implicación de sus miembros.

La participación en el Ecomercado es muy diversa. Dentro del mismo, es posible encontrar asociaciones, colectivos de consumidores, y cooperativas de producción ecológica y organizaciones de la sociedad civil. También es posible encontrar a personas a título individual que a pesar de no querer estar involucradas en el día a día de la organización aportan una cuota de socios para el mantenimiento de la estructura del Ecomercado.

Dentro del sistema organizativo del Ecomercado, se han creado 4 comisiones de trabajo. A continuación, se explica las distintas comisiones y las funciones que cada una tiene (De la Cruz Abarca, 2015).

La Comisión de Seguimiento y Admisión. Dicha comisión está integrada por 7 personas, y se le atribuyen las funciones de velar por el cumplimiento de los acuerdos, así como revisar todas aquellas solicitudes de admisión que lleguen y si así lo consideran, proponerlas como participantes. Esta comisión ha tenido el trabajo de analizar las distintas asociaciones, grupos de consumidores que querían ser admitidas en el Ecomercado.

La Comisión de Difusión y Promoción. Esta comisión está integrada por 6 personas, y se encarga de la gestión de las redes sociales, la página web, la creación de las notas de prensa y la publicidad del Ecomercado. Esta comisión también se encarga de realizar la difusión de todas aquellas actividades que realiza el Ecomercado, además de la elaboración de boletines informativos.

La Comisión de Actividades, compuesta por 5 personas, es la encargada de buscar y proponer la realización de actividades dentro del Ecomercado. Algunas de las actividades llevadas a cabo son talleres o charlas.

Para finalizar, la existencia de la Comisión de Infraestructura y Mantenimiento, compuesta por 5 miembros, que se encarga del mantenimiento de material y equipos de la RAG durante la celebración del Ecomercado, así como también de su distribución y posterior recogida. Es la comisión encargada de realizar las compras de distintos materiales que se han estropeado o que son necesarios para el Ecomercado. Cabe destacar que las decisiones de compra tienen que ser discutidas y ratificadas en la asamblea de socios.

La RAG, que como anteriormente se ha expuesto, es la organizadora del Ecomercado, está constituida como asociación.

Como señalan De la Cruz Abarca y Calle (2015), puesto que la existencia de productos de los miembros del Ecomercado es un aspecto fundamental, existe una limitación en cuanto a la oferta de productos de personas no vinculadas al Ecomercado, siendo posible únicamente traer un 10% de estos. En cuanto a los productos transformados, deben proceder siempre que sea posible de la provincia de Granada, y si esto no pudiera darse deben proceder del territorio más cercano posible. De igual modo, deben proceder siempre de pequeñas organizaciones o productores ecológicos, no de multinacionales, ya que esto choca de forma directa y es incompatible con el modelo de desarrollo e ideología de la RAG.

Al exigir estas condiciones relativas a productos, se evita el riesgo que sobrevuela sobre este tipo de experiencias, y es el que se conviertan en mercados de intermediarios, difuminando y desenfocando los objetivos primordiales (Mauleon, 2010).

En las dos aproximaciones al terreno se realizaron preguntas a los asistentes al Ecomercado relativas a su grado de satisfacción con la variedad de productos que podían encontrar allí. La respuesta mayoritaria fue que en general sí, estaban contentos con los productos ofertados en el mismo, pero que echaban en falta una mayor oferta de carnes y pescados. En la actualidad esta deficiencia se está intentando solucionar con la entrada al Ecomercado del puesto del Moralejo, una finca que cría su propio ganado y oferta sus carnes en el Ecomercado.

Debido al alto grado de compromiso y dedicación que requiere el Ecomercado, se llegó a la decisión de trabajar preferentemente con organizaciones de productores, aunque también hay presencia de productores individuales.

De este modo, se reparten responsabilidades y se puede hacer frente de la mejor manera posible a las demandas y necesidades de los consumidores, así como a las necesidades requeridas para la construcción de un sistema agroalimentario alternativo. No solo se requiere de un gran compromiso por parte de los productores, sino que también es muy necesario el compromiso de la ciudadanía con esta iniciativa, debido a que sin ese compromiso es totalmente imposible que esta iniciativa saliera adelante.

Puesto que este compromiso es fundamental se preguntó a los asistentes cuánto dinero solían gastar en el Ecomercado y cuantas veces solían ir al Ecomercado al año. De un total de 30 encuestados se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla. 1. Gasto Mensual Medio en el Ecomercado.

Menos de 10 euros	5%
De 10 a 30 euros	15%
De 30 a 50 euros	20%
Más de 50 euros	60%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de fuente primarios.

Tabla. 2. Asistencia al Ecomercado al año.

Menos de 2 veces al año	3%
De 3 a 5 veces al año	30%
De 6 a 11 veces al año	40%
Todos los meses	27%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de fuente primarios.

A la luz de los datos, vemos que el Ecomercado tiene una gran fidelidad por parte de sus consumidores. La mayoría, además de contestar a la pregunta dejaban claro que deseaban más iniciativas así y celebraban que el Ecomercado de la Zona Norte de la ciudad hubiese salido adelante. Si bien es cierto, la mayoría veía una carencia del Ecomercado en la comunicación, es decir, creían que se debería hacer un esfuerzo aún mayor de difusión del mismo, para así acercarlo a más personas y que el mismo pudiese crecer y ser una alternativa a los modos de consumo actuales. Más allá de un lugar de venta de productos ecológicos y locales, se ha alzado como un punto de encuentro de personas con intereses comunes relacionados con la agroecología y la sostenibilidad.

En las personas que se acercan al Ecomercado hay una gran preocupación por la alimentación, es por ello que se realizó una pregunta relacionada con las razones por los consumidores que iban al Ecomercado.

Tabla. 3. Razón por la que asisten al Ecomercado. (1 menor importancia 4 mayor importancia)

<i>Razones/Importancia</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Apoyo a la Economía Local			15%	85%
Mejora del Medioambiente	5%	5%	20%	70%
Mayor calidad de los productos			13%	87%
Precio de los productos	10%	30%	28%	22%
Cercanía	5%	20%	30%	45%

Fuente Elaboración propia en base a datos de fuente primarios.

De estos datos podemos extraer algunas conclusiones. Los participantes en el Ecomercado de la zona Centro tienen una gran preocupación por la economía local. La mejora del Medioambiente también juega un papel importante entre las razones por las que las personas asisten al mismo. De estas dos razones extraemos que son personas preocupadas por la agroecología. Además, dan una importancia grande a la cercanía de los productos, ya que creen que al ser de zonas cercanas los hacen más frescos y les permiten un acercamiento al proceso de elaboración de los mismos.

En cuanto a la calidad y precio de los productos, los asistentes manifiestan que, si bien el precio es ligeramente superior al ofertado por las grandes superficies, las diferencia es compensada por la mayor calidad de los productos. La mayoría de los asistentes están de acuerdo en que los productos son de mejor calidad.

En la actualidad el Ecomercado cuenta con 21 puestos participantes, lo que muestra una evolución desde su comienzo en 2013 hasta la actualidad. Los grupos son los siguientes: Al-Muntasy, ARIECO, Biblioteca Social Hermanos Quero, Bodega Méndez Moya, Caroubé, Cerro Negro, Como de Graná, Con*Sumo Cuidado, Ecolomar, El Encinar, El Moralejo, Horno de María Diezma, Hortoan, La Vieja Buchaca, Labiatae, Las Huertas de Paula, Las Torcas, Oxfam Intermón, Somos Vega-Somos Tierra, Valle y Vega y finalmente Zacatúa. Además, se ha firmado un acuerdo de colaboración con el Mercao Social de Granada, para compartir experiencias y ayudarse mutuamente.

5.2.3. Organización, funcionamiento y concepción de los asistentes al Ecomercado de Granada (Sur)

En esta sección, se analizan los principios de diseño anteriormente expuestos para el caso del Ecomercado. Además, se expone una característica que posee esta institución para su supervivencia y éxito del mismo. A continuación, iremos enumerando los principios de Ostrom para exponer en cada caso cómo operan en el Ecomercado de Granada.

1. Límites claramente definidos. Los límites del Ecomercado están claramente definidos. En el Ecomercado puede participar todo aquel que haya sido aceptado por la comisión de Aceptación. Para cumplir con este criterio es necesario estar dentro de un enfoque agroecológico y se debe asistir a un mínimo del 50% de las reuniones del Ecomercado. También hay que tener en cuenta que cada apropiador no puede llevar al Ecomercado el producto que decida individualmente. Es necesario pasar por un proceso de coordinación con los demás miembros del Ecomercado para facilitar la variedad de productos.
2. Coherencia entre las reglas de apropiación y provisión con las condiciones locales. El Ecomercado propone unas reglas ligadas al enfoque agroecológico, debido a que este enfoque es respetuoso con el

medioambiente y favorecería de una forma clara la supervivencia de una zona fértil y rica naturalmente, siendo coherente el enfoque y las condiciones locales.

3. Modificación de normas. Todo apropiador que vende sus productos y está dentro de la asamblea del Ecomercado puede proponer modificaciones en algunas normas de funcionamiento en la asamblea.
4. Sistema de vigilancia. La RAG cuenta con una serie de vigilantes, socios del Ecomercado, que son los encargados de que se cumplan los acuerdos tomados por los apropiadores en asamblea. Además, estos vigilantes pueden presentarse en las fincas de los apropiadores para ver que efectivamente se cumplen los requisitos establecidos para poder vender en el Ecomercado. Para los productos elaborados, los vigilantes pueden pedirles que les faciliten esquemas y fotografías sobre el proceso de elaboración de los productos. Por tanto, la vigilancia de los procesos y de cumplimiento de normas es muy importante en el Ecomercado. Una vez en el Ecomercado, los vigilantes también comprueban que los apropiadores llevan los productos que han sido acordados previamente en asamblea.
5. Sistema de sanciones establecidas. Si no se cumplen los acuerdos tomados en asamblea, el Ecomercado tiene un conjunto de sanciones establecidas dentro de su normativa. Para la institución es muy importante el cumplimiento de los acuerdos y dependiendo de la gravedad del incumplimiento puede dar lugar a la expulsión del Ecomercado y a la pérdida de los beneficios asociados al mismo. Los acuerdos que no pueden incumplirse están específicamente ligados al proceso de producción. El Ecomercado está a favor de un modelo de consumo distinto que cumpla realmente unos estándares de producción, y no se puede hacer un proceso distinto al que está establecido. Realmente, nunca ha habido una sanción de tal calibre, debido a que los apropiadores que están dentro del Ecomercado están muy concienciados con esto y son apropiadores con un gran respeto por las normas establecidas, debido a que estas normas han sido, en parte, elaboradas por ellos. Esta era una característica que veíamos deseable anteriormente, ya que, si los apropiadores están dentro del proceso de creación de normas, las tomarán como propias y será más fácil que ellos mismos quieran cumplirlas y además supervisen ellos mismos a los demás apropiadores para que todo el sistema se mantenga.
6. Sistema de resolución de conflictos. Para la resolución de conflictos existen una serie de reuniones mensuales de la asamblea del Ecomercado. En esas reuniones de la asamblea los apropiadores pueden proponer un punto del día. Si hay un conflicto, dentro de la asamblea se expondría y se propondría una resolución. Si bien es cierto no hay una entidad dentro del Ecomercado que se encarga exclusivamente de la resolución de conflictos.
7. Derecho a la libre organización. El Ecomercado desde el principio desechó, como anteriormente se ha expuesto, la idea de la subvención a los Canales de Comercialización Cortos (CCC) por lo que no ha contado con ningún tipo de ayuda económica por parte de las instituciones gubernamentales, pero si es cierto que el Ayuntamiento de Granada no ha puesto trabas a la organización del Ecomercado por parte de los apropiadores, sino que se ha reconocido su derecho a organizarse libremente, de acuerdo a la legislación española que reconoce el derecho de los individuos a la organización. Hay que destacar que además de no poner trabas a la organización, el Ayuntamiento de Granada ha facilitado que el Ecomercado pueda desarrollarse en el espacio donde se realiza, aunque el Ecomercado paga una cuota al Ayuntamiento para poder realizarlo allí.
8. Sociedades incrustadas. Por último, el Ecomercado es una institución con una serie de entidades incrustadas (*nested enterprises*). Como se ha señalado anteriormente, el Ecomercado está constituido por una asamblea de todos los socios, además de una serie de comisiones de trabajo y de toma de decisiones. Es más fácil la toma de decisiones en grupos de trabajo. Si bien es cierto que deberían crearse más comisiones, como por ejemplo una comisión de resolución de conflictos para facilitar que los conflictos entre pocos apropiadores puedan ser resueltos de manera más rápida, y no haga falta que toda la asamblea esté en el proceso de resolución.

Tras analizar los distintos principios de diseño propuestos por Elinor Ostrom para el caso específico del Ecomercado, se ve que el mismo cumple con la mayoría.

Pero el Ecomercado de Granada también tiene algunos aspectos a mejorar, como manifestaron consumidores durante la celebración de este. Ejemplo de ello pueden ser el aumento de la frecuencia con la que se desarrolla el Ecomercado o la mejora en los canales de publicidad.

Otra figura clave para el Ecomercado puede ser la existencia de socios que a pesar de no beneficiarse de las ventajas que da la afiliación al mismo, quieren pagar sus cuotas para mantener el Ecomercado. Esto es debido a que estos socios quieren un sistema agroalimentario diferente, aunque no puedan participar en el Ecomercado, pero comparten la filosofía del mismo y sus objetivos. Esto supone una diferencia con los casos de estudio realizados por Ostrom, ya que en lugar de existir la figura del “gorrón” (*free rider*) hay personas que a pesar de no beneficiarse, al menos de forma directa, aportan al mantenimiento del común. Este aspecto

hace que sea más factible que el Recurso de Uso Común sea exitoso. Como sucede con las iniciativas de ESyS el Ecomercado tiene una masa social fuerte que facilita su mantenimiento a largo plazo. En la obra de Ostrom no se tiene en cuenta que hay recursos que debido a sus características pueden tener esta diferenciación que permiten su supervivencia. Una de las debilidades más importantes a las que hace frente el Ecomercado es la escasa estabilidad en la venta de productos, debido a que depende principalmente de la afluencia de personas al mismo y de las necesidades de cada consumidor. En este sentido, hay otros proyectos en la ciudad, como la cooperativa Hortigas, en la que, al hacerse socio, se paga una cuota mensual y se accede a una cesta de productos de temporada, reduciendo así este problema, pero requiere un mayor compromiso por parte del consumidor. A pesar de esto, tal y como se ha demostrado en las encuestas anteriores, las personas que asisten al Ecomercado suelen hacerlo con bastante periodicidad y consumen bastantes productos como muestra el gasto en el mismo.

6. Conclusiones

En este artículo se ha realizado una aproximación a los estudios actuales en el campo de los bienes comunes haciendo especial hincapié en los denominados nuevos comunes.

Pese a las limitaciones que se pueden señalar sobre la obra de Ostrom como el tema de la escala (Harvey, 2013), se ha decidido considerar el marco propuesto por esta autora para analizar un caso de nuevos comunes, el Ecomercado de Granada, en este caso temáticos. Para ello, además de utilizar el marco de referencia expuesto por Ostrom, se ha contextualizado el Ecomercado como una iniciativa de Economía Social y Solidaria. Esto es debido a que esta iniciativa pretende hacer más democrático el proceso de producción (coordinando la producción y venta) y adquisición de productos ecológicos. Además, el Ecomercado es crítico con el sistema agroalimentario globalizado (SAG), señalando el escaso respeto medioambiental de la agricultura intensiva, debido a la diferenciación existente entre los métodos de producción de esta y la agricultura tradicional (Neira et al. 2016). Cabe señalar el gran impacto medioambiental del transporte de mercancías transfronterizas frente al consumo de productos en canales cortos de comercialización.

El Ecomercado de Granada surge ante la dificultad de la comercialización y compra de productos agroecológicos en la ciudad y provincia de Granada siendo de gran importancia los productos producidos en la vega de Granada, surgiendo de un grupo productores y consumidores de forma autogestionada. Esta autoorganización se produce ante el posible fracaso de las denominaciones de origen de productos, ya que la población ha dejado de diferenciar una mayor calidad de estas (Chiffolleau, 2009). Las denominaciones de origen surgieron para diferenciar una marca y su vinculación con la calidad, pero en la actualidad los consumidores no son capaces de reconocer las denominaciones de origen o simplemente las desconocen, por lo que las denominaciones pierden su razón de ser, sólo en casos muy contados se aprecia que las denominaciones siguen siendo realmente válidas para esta función (Cambra-Fierro y Villafuerte Martín, 2009). Esta diferenciación sí la ha conseguido el Ecomercado de Granada en la ciudad y provincia, debido a que la población conoce los métodos de producción, debido a las reglas de pertenencia del Ecomercado, es decir, producir bajo un enfoque agroecológico.

Para terminar, concluir que, a propósito de esta investigación se podría afirmar que el Ecomercado de Granada dispone de buena salud y es muy posible que se mantenga a largo plazo, debido a que la institución cumple con los principios de diseño propuestos por Ostrom, además de contar con aspectos deseables señalados por la misma. Cuenta además con una característica especial no observada en los trabajos de Ostrom, como es la aportación por parte de algunos socios al mantenimiento del Ecomercado con el pago de sus cuotas a pesar de que no obtendrán un beneficio directo del mismo. Esta es una característica de las iniciativas de Economía Social y Solidaria, ya que suelen tener una gran masa social apoyando el proyecto, aunque por sus circunstancias no puedan obtener directamente el beneficio proveniente del proyecto. Esta última característica hace que el Ecomercado tenga más posibilidades de una gobernanza exitosa de la institución comunal, así como el mantenimiento a largo plazo de esta.

7. Referencias bibliográficas

- Alonso González, P., Parga-Dans, E. (2017) Furanchos and adegas: exploring symmetry through wine cultures in Galicia and Alentejo. *Cult Geogr.* <http://dx.doi.org/10.1177/1474474017719070> Google Scholar.
- Askunze, C. (2013) Más allá del capitalismo: Alternativas desde la Economía Social. *Documentación Social*, N° 168, pp. 97-116.
- Barlow, M. (2004) *Oro azul: las multinacionales y el robo organizado de agua en el mundo*. Barcelona: Paídos
- Barnes, P. (2006) *Capitalism 3.0: a guide to reclaiming the commons*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers

- Benkler, Y. (2003) The Political Economy of Commons. Upgrade, *The European Journal for the Informatics Professional*, IV, 3, pp. 6-9.
- Bérard, L. y Marchenay, P. (2004) *Les produits de terroir - Entre culture et règlements*. Paris: CNRS Éditions.
- Berkes, F. (1985) The Common Property Resource Problem and the Creation of Limited Property Rights. *Human Ecology*, Nº 13, pp. 187-208
- Bollier, D. (2008) *Los bienes comunes: un sector soslayado de la creación de riqueza*. S. Helfrich (comp.). Genes, bytes y emisiones: bienes comunes y ciudadanía. México: Ediciones Böll, pp. 30- 41
- Bretos Fernández, I., y Morandeira Arca, J. (2016) La economía social ante la actual crisis económica en la Comunidad Autónoma del País Vasco. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, Nº 122, pp. 7-33. https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2016.v122.52020.
- Calle, A., Gallar, D. y Candón, J. (2013) Agroecología política: la transición social hacia sistemas agroalimentarios sustentables. *Revista de economía crítica*, Nº 16, pp. 244-277.
- Cambra-Fierro, J. y Villafuerte, A. (2009) Denominaciones de origen e indicaciones geográficas: justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España. *Mediterráneo económico*, Nº 15, pp. 329-350.
- Cantarero, S., González-Loureiro, M., y Puig, F. (2017) Efectos de la crisis económica sobre el emprendimiento en empresas de economía social en España: un análisis espacial. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, Nº 125, pp. 24-48. <https://doi.org/10.5209/REVE.56133>.
- Chiffolleau, Y. (2009) From Politics to Co-operation: The Dynamics of Embeddedness in Alternative Food Supply Chains. *Sociologia Ruralis*, Nº 49, pp. 218-235.
- Coraggio, J.L. (2007) *¿Qué entender por economía social?. Introducción a Economía social, acción pública y política (Hay vida después del neoliberalismo)*, Editorial CICCUS, Buenos Aires,
- Coraggio, J.L. (2009) Los caminos de la economía social y solidaria, Iconos, *Revista de Ciencias Sociales*, Nº 33, FLACSO-Ecuador, pp. 29-38
- Coraggio, J.L. (2011) Principios, Instituciones y Prácticas de la Economía Social y Solidaria, en José L. Coraggio Economía social y solidaria. *El trabajo antes que el capital.*, Alberto Acosta y Esperanza Martínez (Editores), Abya Yala, Quito.
- Crespo, B. y Sabín F. (2014) Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Documentación Social*, Nº 174, pp. 95-116.
- De la Cruz Abarca, C, Haro, I. y Molero, J. (2016) Los mercados hoy, una aproximación desde la agroecología. *Revista Fertilidad de la Tierra*, Nº 66, pp. 56-60.
- De la Cruz Abarca, C. (2015) *Organizaciones, sistemas participativos de garantía y procesos agroecológicos en Andalucía. Córdoba*. Tesis doctoral Universidad de Córdoba.
- De la Cruz Abarca, C. y Calle, A. (2015) El Ecomercado de Granada: Organizaciones, productores y consumidores construyendo un proceso agroecológico. *Revista de agroecología Leisa*, Nº 31, Vol. 2, pp. 7-13.
- Eizaguirre, M. y Zabala, N. (2006) Investigación-acción participativa (IAP). 20/04/2018, de Hegoa Sitio web: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/132>.
- Espinar Moreno, M. (1990) Consideraciones sobre el regadío de la Vega de Granada. Repartimientos musulmanes. *Chronica Nova*, Nº 18, pp. 121-153.
- ETC Group (2011) *¿Quién controla la economía verde?* Informe 107: 60.
- Fadón, B. y López García, D. (2012) Cómo vender directamente nuestras producciones ecológicas. *Canales alternativos para la comercialización de los alimentos ecológicos en mercados locales*. Zarza de Granadilla: CEDER Cáparra.
- Gallar, D. y Saracho Domínguez, H. (2016) Consumo de productos ecológicos en Andalucía. *Un abordaje integral. Congreso de Sociología*. España.
- Guridi Aldanondo, L., Pérez de Mendiguren Castresana, J.C., Iametti Señorino, A, Deux Marzi, M.V., Vázquez, G. y Uribe, A. (2011) *Experiencias de Economía social y Solidaria. Compartiendo estrategias y aprendizajes*. Bilbao; pp.1-75.
- Hardin, G. (1968) *The Tragedy of Commons*. *Science*, 162 pp. 1243-1248.
- Hardt, M., y Negri, A. (2009) Commonwealth. *El proyecto de una revolución del común*.
- Harvey, D. (2013) El futuro de los comunes. En Badiou et al. *El síntoma griego*. Errata Naturae. Madrid, pp. 101-114.
- Helfrich, S. (2008) *Commons: ámbitos o bienes comunes, procomún o 'lo nuestro*. S. Helfrich (comp.). Genes, bytes y emisiones: bienes comunes y ciudadanía. México. Ediciones Böll, pp. 42-48.
- Hess, C y Ostrom, E. (2006) *Understanding Knowledge as a Commons*. From Theory to Practice. MIT. Massachusetts.
- Hess, C. (2008) *Mapping the New Commons*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1356835> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1356835>
- IFOAM (2007) *Sistemas de Garantía Participativos*. Visión Compartida, Ideales Compartidos. IFOAM.
- Kantar World Panel y Fundació Catalunya La Pedrera. (2018) *Mitos y realidades de los productos ecológicos*. Barcelona: Informe del 23 de febrero.
- Lakatos, I. (1982) Escritos filosóficos. *La metodología de los programas de investigación científica*. Madrid. Alianza Editorial.
- López, D. (2011) *Canales cortos de comercialización como elemento dinamizador de las agriculturas ecológicas urbana y periurbana*. Ponencia presentada en el I Congreso Estatal de Agricultura Ecológica Urbana y Periurbana, Elx. doi: 10.13140/2.1.1897.5043
- Macías Vázquez, A y Alonso González, P. (2016) *Knowledge economy and the commons: A theoretical and political approach to post-neoliberal common governance*. Review of Radical Political Economics, 48, pp. 140-157.
- Macías Vázquez, A. y Alonso González, P. (2015) Managing collective symbolic capital through agro-food labelling: Strategies of local communities facing neoliberalism in Spain, *Journal of Rural Studies*, Nº 41, pp. 142-52.

- Matarán, A. y Castillo, J. (2013) *Transition to alternative food systems: Planpais Granada a participative research and action model in progress*. Ponencia en 5th AESOP Sustainable Food Planning Conference, Montpellier.
- Mattei, U. (2011) *Límite a las privatizaciones. Cómo frenar el saqueo de los bienes comunes*. Le Monde Diplomatique – Edición Cono Sur, 150.
- Mattei, U. (2013) *Bienes comunes. Un manifiesto*. Madrid: Editorial Trotta.
- Mauleon, J.R. (2010) *Mercados de agricultores en España: diagnóstico y propuesta de actuación*. En: Documentos de trabajo del Centro de Estudios sobre la Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales (CEDDAR), 23.
- Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2018) *Informe Agricultura Ecológica: estadísticas 2018*.
- Morillas del Moral, J.A., García-Quero, F. y López Castellano, F. (2019) *New commons: A systemathic review*. Manuscrito no publicado.
- Neira, D.P., et al. (2016) *Analysis of the transport of imported food in Spain and its contribution to global warming. Renewable Agriculture and Food Systems*, 31, 1 pp. 37-48.
- Ostrom, E. (1990) *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. Fondo de cultura económica. México DF.
- Ostrom, E. (2001) *Reformulating the commons. En Protecting the commons: a framework for resource management in the Americas* (pp. 17-41). Washington, D. C.: Island Press.
- Ostrom, E. (2009) Las reglas que no se hacen cumplir son mera palabrería. *Revista de Economía Institucional*, Vol. 11, Nº 21, pp. 15-24.
- Ostrom, E. (2011) Background on the Institutional Analysis and Development Framework. *Policy Studies Journal*, Nº 39, pp. 7-27.
- Pérez de Mendiguren, J. C., Etxezarreta, E. y Guridi, L. (2009) Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate. *Papeles de Economía Solidaria*, Nº 1, pp. 1-41.
- Razeto Migliaro, L. (2002) *La economía solidaria como radicalización de la democracia*. Ponencia presentada en el II Foro Social Mundial de Porto Alegre, en el Seminario sobre Economía Solidaria. Disponible en <https://www.economiasolidaria.org>.
- Red Agroecológica de Granada. (2013) *Reglamento del Ecomercado de Granada*. Granada.
- Rendueles C, y Sádaba I. (2015) *Los bienes comunes en un entorno de fragilidad social: El caso del crowdfunding*. Colaboración en dossier Nº 16 de Economistas sin Fronteras sobre El procomún y los bienes comunes.
- Rico, A. (2006) *Gestión sostenible de bienes comunales*. Madrid. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez Hernández, J.L. (2009) Redes alimentarias alternativas: Concepto, tipología y adecuación a la realidad española. *Boletín de la A.G.E.*, Nº 49, pp. 185-207.
- Torremocha, E. (2012) *Sistemas participativos de garantía: una herramienta clave para la soberanía alimentaria*. *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, 1, pp. 8-58.
- Van der Ploeg, J. (2010) *Nuevos campesinos. Campesinos e Imperios Alimentarios*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Vivas, E. (2010) Consumo agroecológico, una opción política. *Revista Viento Sur*, Nº 108, pp. 54-63.
- Vivero-Pol, J.L. (2013) *Food as a Commons: Reframing the Narrative of the Food System*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2255447> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2255447>.
- Vivero-Pol, J.L. (2017) Food as commons or commodity? Exploring the links between normative valuations and agency in food transition. *Sustainability*, Nº 9, Vol. 3, <https://doi.org/10.3390/su9030442>.
- Watts, D., y Maye, D. (2005) Making reconections in agro-food geography: alternative systems of food provision. *Progress in Human Geography*, Nº 29, pp. 22-40.
- Winter, M. (2003) Geographies of food: agro-food geographies - making reconections. *Progress in Human Geography*, Nº 27, pp. 505-513.
- Winter, M. (2004) Geographies of food: agro-food geographies - farming, food and politics. *Progress in Human Geography*, Nº 28, pp. 664-670.