



UNIVERSIDAD DE GRANADA

CONSTRUYENDO CALIDAD ALIMENTARIA DESDE LOS NUEVOS COMUNES: ESTUDIOS DE CASO EN ESPAÑA E ITALIA.

Autor:

José Antonio Morillas del Moral

Directores:

Alfredo Macías Vázquez

Fernando García-Quero

Fernando López Castellano

Tesis Doctoral

Programa de Doctorado en Ciencias CC. Económicas y
Empresariales

2022

Editor: Universidad de Granada. Tesis Doctorales
Autor: José Antonio Morillas del Moral
ISBN: 978-84-1117-598-2
URI: <https://hdl.handle.net/10481/77999>

El doctorando / The *doctoral candidate* [**José Antonio Morillas del Moral**] y los directores de la tesis / and the thesis supervisor/s: [**Alfredo Macías Vázquez, Fernando García Quero y Fernando López Castellano**]

Garantizamos, al firmar esta tesis doctoral, que el trabajo ha sido realizado por el doctorando bajo la dirección de los directores de la tesis y hasta donde nuestro conocimiento alcanza, en la realización del trabajo, se han respetado los derechos de otros autores a ser citados, cuando se han utilizado sus resultados o publicaciones.

/

Guarantee, by signing this doctoral thesis, that the work has been done by the doctoral candidate under the direction of the thesis supervisor/s and, as far as our knowledge reaches, in the performance of the work, the rights of other authors to be cited (when their results or publications have been used) have been respected.

Lugar y fecha / Place and date:

Granada, 14 de Septiembre de 2022

Director/es de la Tesis / *Thesis supervisor/s*;

Doctorando / *Doctoral candidate*:

MACIAS
VAZQUEZ
ALFREDO -
34891909N

Firmado digitalmente
por MACIAS
VAZQUEZ ALFREDO -
34891909N
Fecha: 2022.09.14
13:17:29 +02'00'

José
Antonio
Morillas del
Moral

Firmado
digitalmente por
José Antonio
Morillas del Moral
Fecha: 2022.09.14
13:10:57 +02'00'

Firma / Signed

Firmado por GARCIA QUERO
FERNANDO JOSE - ***3077** el
día 14/09/2022 con un
certificado emitido por AC FNMT
Usuarios

Firma / Signed

Firmado por LOPEZ
CASTELLANO FERNANDO -
24273713L el día 14/09/2022
con un certificado emitido
por AC FNMT Usuarios

Agradecimientos.

Esta tesis doctoral está firmada por un único autor, como la formalidad requiere. Quiero agradecer a todas aquellas personas que, de distintas maneras y bajo condiciones diversas, me han permitido realizar esta investigación.

En primer lugar, mis directores de tesis. Sin ellos, esta memoria nunca habría visto la luz.

A Alfredo Macías Vázquez, un privilegio poder aprender de él día a día, en todos los sentidos, más que un director de tesis es un maestro en el sentido amplio de la palabra. Una gran parte de lo bueno que esta tesis doctoral pueda tener viene del trabajo compartido con él y de sus enseñanzas. Nos conocimos gracias al Proyecto Nacional del que es IP y estoy muy agradecido por ello. Alfredo posee un poso teórico difícilmente alcanzable para los demás. Una suerte tenerle como maestro.

A Fernando García-Quero por su trabajo incansable en la labor de revisión y por su insistencia en la rigurosidad metodológica. Esa insistencia ha enriquecido mucho esta tesis doctoral, que, sin duda, sería otra sin su dirección. Fernando, además de ser un gran investigador, es una gran persona. Él sabe que tiene gran parte de culpa de que yo hoy esté presentando esta tesis y me dedique a esta profesión que ambos consideramos apasionante.

A Fernando López Castellano por impartir aquellas clases de Historia del Pensamiento que hicieron replantearme mi futuro. Su labor de revisión de esta tesis doctoral ha sido muy importante. Mi primer acercamiento al tema fue gracias a él. Y gracias, también, por haberme sacado de algunos embrollos burocráticos. Siempre dispuesto a ayudar, muchas gracias, Fernando.

Ha sido un placer realizar esta memoria bajo la dirección de todos ellos. De cada uno de ellos he aprendido mucho. Cada uno de ellos ha aportado a esta tesis doctoral, mejorándola y puedo decir con seguridad que son personas excepcionales.

En segundo lugar, al Departamento de Economía y Estadística de la Universidad de León. Llegué al Departamento gracias al contrato asociado a un proyecto del Plan Nacional. Desde ese primer día en julio me acogieron con los brazos abiertos y como a uno más. Gracias a Julio, por ser el director del departamento que todo doctorando quiere tener, siempre pendiente de las necesidades. A Eduardo, por su apoyo y atención en todo, también por su ayuda en cuestiones burocráticas. A Ana Pardo, una persona llena de vitalidad que siempre tiene una palabra amable. Ana Salvador y ella me ayudaron enormemente en mis inicios con la docencia, algo que me apasiona y, que, gracias a ellas, supe afrontar de forma más segura. Sin ellas, hubiese resultado imposible. Al resto del Departamento, Modino, Jorge García, David P. Neira, Cristina Hidalgo, Cristina Folgueras, Marta Vega, Pilar Rodríguez, Beatriz Barrado, Pablo García, Nuria González, Marta García, Senén del Canto, Pablo González, Luis Buendía y Carlos Arias. Todos ellos me han tratado siempre fenomenalmente y son grandes profesionales, además de un grupo humano formidable. Todos ellos siempre han estado dispuestos a ayudar, un privilegio.

En tercer lugar, al Dipartimento di Scienze Agrolimentari e Territoriali, perteneciente a la Università degli Studi di Bari. Gracias por acogerme tan maravillosamente en mi estancia doctoral. Gracias a ellos he aprendido muchísimo sobre las distintas maneras que se puede abordar un mismo hecho. Gracias a Bernardo, Giacomo por su paciencia, Sarah por su amabilidad y cercanía, Luigi, Laura y Domenico.

Gracias a todos aquellos entrevistados en la elaboración de esta tesis doctoral. Sin ellos no hubiese sido posible esta investigación. Son ellos los que aportan el conocimiento plasmado en esta

memoria. De cada uno de ellos he aprendido del tema tratado, a veces rompiendo mis planes, y han mejorado mi formación. Es impagable el conocimiento adquirido gracias a su generosidad.

Agradecer a las profesoras Dra. Marie Christine Renard Hubert y Dra. Paulina Rytönen su labor de revisión y sus recomendaciones para la mejora de esta memoria. Todas y cada una de sus opiniones han ayudado a su mejora. Ha sido un privilegio para este candidato poder tener la opinión de dos expertas a nivel internacional en el tema que aborda esta tesis doctoral. Muchas gracias por la atención y el trabajo realizado, a veces no es sencillo realizar esta labor y a menudo se le da poca importancia por parte de la academia. Nada más lejos de la realidad.

Una vez hechos los agradecimientos académicos, es necesario agradecer a algunas personas por estar siempre, por su apoyo.

Tengo que mencionar, de nuevo en este apartado, a una persona especial en la elaboración de esta tesis doctoral. Alfredo Macías. Lo que empezó siendo una relación tensa se ha convertido con el paso del tiempo en una amistad sincera. Es Alfredo ese tipo de personas que, sin grandes estridencias, te gana día a día por su saber hacer. Siempre me ha apoyado tanto en la elaboración de esta tesis (con mis momentos de duda y derrumbes) como en otras facetas de la vida. Alfredo sabe que considero un privilegio tenerle a mi lado. Es formidable en todo aquello que hace. Siempre tiene la palabra amable para que no dramatice demasiado.

Por supuesto, a mis padres. Gracias a ellos estoy hoy escribiendo estas líneas. En especial, agradecer a mi madre las largas tardes intentado que un niño hiperactivo hiciese sus tareas. Esta también es su memoria. A mi padre, siempre trabajando para que no faltara nada. Siempre sufriendo las derrotas (aunque ahora lo llamo aprendizaje). Ellos tienen muchas de las virtudes que me gustaría tener, y que aún no he podido desarrollar. Gracias por tanto.

A mi hermano, por no dejar que me fuera en ese primer cuatrimestre de grado. Gracias por aguantar que, a veces, sea tan pesado.

A mis amigos. Particularmente a Aurelio, Mercedes, Isa, Marta, Jorge, Nacho, Ana, Lara, María, Pablo, Marina, Manu, Irene, Clara... y seguro que se me olvida alguien, lo siento si es así. Estos agradecimientos son para ellos también. Al grupo de los biólogos leoneses. Sara, Álex, Alberto, Aitor, Andrea, Giovanni, María, Bea, Álvaro y Norma. Gracias por sacarme una carcajada cuando un día no me había ido del todo bien. Son gente con la que merece la pena estar. Los aprendizajes que aportan van más allá de un endemismo en el Bierzo.

Por último, agradecer a una persona muy importante para mí. Mi pareja, Silvia. Hemos compartido tantas cosas y es alguien tan especial... Gracias por hacerme desconectar cuando salgo del despacho y obligarme descansar la mente. Gracias por mirarme con esa sonrisa cuando me enfado por algo, que realmente no es tan importante, y hacer que se me olvide. Gracias por estar siempre pendiente de lo que pueda pasar. Gracias, en definitiva, por ser tú. Hemos compartido muchas preocupaciones a lo largo de la elaboración de esta memoria y, por fin, está en nuestras manos. Disfruto enormemente de tu compañía y de las conversaciones en las que me enseñas que mi punto de vista no es el único y que puedo estar equivocado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO 1. OBJETIVOS DE LA TESIS DOCTORAL.	25
CAPÍTULO 2. NUEVOS COMUNES Y COMUNES TRADICIONALES. HACIA UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE LOS BIENES COMUNES.	29
2.1. Introducción.	29
2.2. Metodología de la revisión sistemática.	30
2.3. Resultados.	37
2.4. Conclusiones.....	54
CAPÍTULO 3. EL CAPITALISMO COGNITIVO. TRANSFORMACIONES DE LA SOCIEDAD BASADA EN EL CONOCIMIENTO.....	60
3.1. ¿Capitalismo cognitivo o economía basada en el conocimiento?	60
3.2. Conocimiento, capitalismo y bienes comunes	65
3.3. ¿Acceso libre o cercamiento del conocimiento?	72
3.4. La gobernanza de una economía cognitiva.....	75
CAPÍTULO 4. LA GOBERNANZA TERRITORIAL. DECADENCIA DEL MODELO TRADICIONAL Y BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS.....	83
4.1. El concepto de gobernanza.....	83
4.2. La gobernanza aplicada a los sistemas agroalimentarios. El sistema de denominaciones de origen como punto de partida.	84
4.3. ¿Pueden considerarse las denominaciones de origen una institución de gobernanza fallida?.....	88
4.4. Las Redes Alimentarias Alternativas (RAA) como mecanismo de gobernanza desde los movimientos sociales.....	93
CAPÍTULO 5. EL GOBIERNO DE LOS BIENES COMUNES INMATERIALES EN EL CAPITALISMO COGNITIVO. PROPUESTA DE UN MODELO DE GENERACIÓN DE VALOR.	101
CAPÍTULO 6. METODOLOGÍA EMPLEADA.	113
6.1. Detalles metodológicos del análisis del aceite de oliva en Sierra Mágina.	123
6.2. Detalles metodológicos de la aproximación a la denominación de origen Terra di Bari.	128
6.3. Detalles metodológicos de la aproximación al Ecomercado de Granada.	129
CAPÍTULO 7. SISTEMAS TRADICIONALES DE CALIDAD ALIMENTARIA. ANÁLISIS DE DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS COMO ELEMENTO PROTECTOR DE RENTAS Y CREACIÓN DE VALOR EN UNA ECONOMÍA COGNITIVA.	135
7.1. Introducción.....	135

7.2. La Denominación de Origen Protegida “Sierra Mágina”. Análisis de su evolución, situación y retos en una economía postindustrial.	137
7.2.1. Introducción	137
7.2.2. Fortalezas y principales escollos para la valorización del aceite de oliva en la DOP Sierra Mágina.	143
7.2.3. Almazaras ecológicas, cambios en el modelo de entender el mercado. Hacia un mercado de calidad.....	153
7.2.4. Almazaras cooperativas de aceite convencional: Un modelo de escaso dinamismo con escasa apropiación de valor.	154
7.2.5. Nuevas vías de creación de valor.	156
7.2.6. Conclusiones.	158
7.3. La producción de aceite de oliva en Apulia. Análisis de la denominación de origen “Terra di Bari en una economía postindustrial.	161
7.3.1. Introducción.....	161
7.3.2. La denominación de origen “Terra di Bari”. Una zona de gran importancia productiva.	165
7.4. Conclusiones. Dos países, formas de producción y cadena de valor distintas. Un mismo síntoma: El agotamiento de las denominaciones de origen como mediación entre producción y consumo.	180
CAPÍTULO 8. NUEVAS FORMAS DE MEDIACIÓN ENTRE PRODUCCIÓN Y CONSUMO EN UNA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.	189
8.1. Introducción.....	189
8.2. El Ecomercado de Granada como mediador alternativo entre producción y consumo en una economía postindustrial.	192
8.2.1. Introducción.....	193
8.2.2. El Ecomercado de Granada: Funcionamiento y organización de una Red Alimentaria Alternativa.....	193
8.2.3. El Ecomercado de Granada como un mediador entre la producción y el consumo como solución al proceso de apropiación rentista.	202
8.2.4. Conclusiones de la aproximación al Ecomercado de Granada.....	209
8.3. Conclusiones del estudio de las RAA como alternativa a los sistemas tradicionales de gobernanza de la alimentación en una economía del conocimiento.	212
CAPÍTULO 9. RESUMEN, CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.	216
9.1. Resumen	216
9.2. Conclusiones y futuras líneas de investigación.....	221
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	235
ANEXO I: INTRODUCTION.	273
CHAPTER 9. SUMMARY, CONCLUSIONS AND FUTURE LINES OF RESEARCH.	284
9.1. Summary	284

9.2. Conclusions and future lines of research.....	288
ANEXO III: AUTOR, AÑO, MÉTODO, TAMAÑO DE LA MUESTRA, PAÍS, CONCLUSIÓN PRINCIPAL Y TIPO DE NUEVO COMÚN DE CADA ARTÍCULO SELECCIONADO EN LA REVISIÓN SISTEMÁTICA.....	301
ANEXO IV: ENCUESTA BREVE PARA LOS CONSUMIDORES DEL ECOMERCADO DE GRANADA.	312

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Objetivos de la tesis doctoral y capítulo con el que se pretenden alcanzar estos objetivos.....	26
Tabla 2 Número de artículos seleccionados y fuente de la que se ha extraído.....	35
Tabla 3 Diferencias entre Comunes tradicionales, nuevos comunes temáticos y nuevos comunes en sentido de concepción.	41
Tabla 4. Apropiadores para los estudios sobre huertos urbanos y jardines comunes.	46
Tabla 5. Apropiadores y funcionamiento de los nuevos comunes energéticos estudiados.....	48
Tabla 6. Apropiadores y localización de los NC culturales.	49
Tabla 7. Resumen de instrumentos metodológicos comunes utilizados en todos los estudios de caso.	117
Tabla 8. Información metodológica principal de cada uno de los análisis de estudio.....	122
Tabla 9. Agentes entrevistados durante la aproximación de campo en Sierra Mágina.	123
Tabla 10. Perfil de los agentes incluidos en la discusión grupal.	127
Tabla 11. Perfil de los agentes entrevistados en el caso de Terra di Bari.....	128
Tabla 12. Perfil de los actores clave del Ecomercado entrevistados.....	131
Tabla 13. Resumen de datos de la DOP Sierra Mágina respecto a las distintas entidades territoriales.....	144
Tabla 14. Problemas por orden de importancia señalados por los productores en la DOP Sierra Mágina durante el grupo de discusión.....	148
Tabla 15. Precios de los distintos tipos de aceite de oliva en Sierra Mágina.	152
Tabla 16. Número de plantaciones y superficie cultivada de olivo en cada provincia de Apulia.	163
Tabla 17. Cantidad producida de aceite de oliva en cada una de las regiones de la Puglia. Datos medios entre 2006-2009 y 2016-2019.....	164
Tabla 18. Precio medio de aceite de oliva con sello DOP y sin él.....	169
Tabla 19. Razón por la que asisten al Ecomercado. (1 menor importancia 4 mayor importancia).	206

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Los comunes tradicionales como parte de los Nuevos Comunes.	31
Ilustración 2. Modo de proceder en la selección para la RSL.....	34
Ilustración 3. Marco de análisis IAD.	43
Ilustración 4. Casos de análisis llevados a cabo y su localización geográfica.....	116
Ilustración 5. Sierra Mágina en España.....	139
Ilustración 6. Sierra Mágina en su zona geográfica de influencia.....	139
Ilustración 7. Orografía pronunciada y cultivo del olivar entre 600-1300 metros de altura.....	141
Ilustración 8. Líneas de producción de aceites en Sierra Mágina. Maquinaria de masas.....	142
Ilustración 9. Región de Apulia en Italia. Localización en el mapa.	162
Ilustración 10. La DOP Terra di Bari en el sur de Italia. Un mapa de la región.	163
Ilustración 11. Finca tradicional en la DOP “Terra di Bari”. Se observan árboles frutales entrelazados con olivos, el arado de la tierra y cubierta vegetal.	171
Ilustración 12. Trabajadores del olivar en Terra di Bari, sin golpeo del árbol.	173
Ilustración 13. Máquinas de elaboración de aceites en Terra di Bari. Innovaciones en el proceso.	177
Ilustración 14. Granada en España. Contexto geográfico.	197
Ilustración 15. Lugar de realización del Ecomercado de Granada.	197
Ilustración 16. El Ecomercado de Granada un día de celebración.	201

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

(E): Producción de Conocimiento

(n): La cantidad de veces que se propagan y replican estos significados

(pi): La capacidad de apropiación del valor generado entre los distintos actores que participan en su producción y sostenimiento

(v): La capacidad de interpretación por parte de los consumidores de los significados incorporados en la producción material de alimentos

ADR: Asociación de Desarrollo Rural

ASC: Agricultura Sostenida por la Comunidad

CCC: Canales Cortos de Comercialización

DOP: Denominación de Origen Protegida

ETG: Especialidad Tradicional Garantizada

FEDER: Fondos Europeos de Desarrollo Rural

IAD: Análisis y Desarrollo Institucional (siglas determinadas a partir del inglés).

IAP: Investigación-Acción-Participativa

IGP: Indicación Geográfica Protegida

MAC: Mapeo de Actores Claves

MAPA: Ministerio de Agricultura y Pesca

MPA: Mercado de Productos Agrarios

NC: Nuevos Comunes

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

OSC: Organizaciones de la Sociedad Civil

PAC: Política Agraria Comunitaria

PET: Polyethylene Terephthalate (tereftalato de polietileno).

PLANPAIS: Investigación-Acción-Participativa del Proyecto de Excelencia PLANPAIS

UGR.

RAA: Redes Alimentarias Alternativas

RAG: Red Agroecológica de Granada

RSL: Revisión Sistemática de Literatura

SAG: Sistema Agroalimentario Globalizado

SCA: Sociedad Cooperativa Andaluza

SPG: Sistema Participativa de Garantía

TAR: Teoría Actor-Red

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

URSS: Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas.

INTRODUCCIÓN¹.

El estudio de los bienes comunes es un tema de gran preocupación por parte de la academia, tanto desde la economía, como desde la política, la sociología o la antropología (Bollier, 2008; Barlow, 2004; Barnes, 2006; Helfrich, 2008). La importancia de la obra de Elinor Ostrom (1990), y su consecución del premio Nobel en 2009, ha fomentado el interés en el terreno académico de este objeto de estudio, convirtiéndose en un campo muy prolífico a nivel internacional. Los trabajos sobre el común han girado históricamente en torno a los recursos comunes materiales (Gusjoy y Faisal, 2021; Ostrom, 1990; Agrawal, 2014; Ferrando et al., 2021). Pero el estudio del común no es un campo de estudio novedoso. Ya en 1859, Marx en sus textos sobre el robo de la leña en la Gaceta Renana mostraba su preocupación por la gestión de los recursos comunales (Marx, 1983). Sin embargo, no es hasta las primeras décadas del siglo XXI cuando se observa una revitalización de las discusiones sobre bienes comunes, produciéndose “un salto adelante” en los programas de investigación referentes a esta temática.

A partir de estas fechas, se han introducido modificaciones en la comprensión y delimitación del común², no focalizándose solamente este campo de estudio en el análisis de recursos materiales como el agua, los campos o la leña de un bosque. Con el desarrollo de estos nuevos estudios la metodología propuesta por Ostrom para el estudio del común es criticada por una parte de la literatura académica, al considerar inadecuado estudiar ciertos comunes, hasta entonces no observados, a través de esta metodología y la concepción del común se torna, en cierto punto, más amplia (Harvey, 2012; Bollier, 2008; Macías Vázquez y Alonso González, 2015). De este modo, surgen otro tipo de objetos de

¹ Se incluye en el anexo I la introducción traducida al inglés.

² En esta tesis doctoral se utilizarán los términos, común, bienes comunes o comunales como sinónimos.

estudio que la literatura académica, partiendo de una terminología acuñada por Hess (2008), califica como “nuevos comunes”. Dentro de los mismos, cabe destacar el material genético, las nuevas instituciones urbanas o el conocimiento.

El conocimiento como bien común, teniendo en consideración las críticas alertadas a la obra de Ostrom, es necesario enmarcarlo dentro de los cambios del capitalismo producidos desde los años 70. En el capitalismo contemporáneo, el valor, lejos de sustentarse solamente en la parte material de la producción, incorpora un peso cada vez mayor de la gestión inmaterial de la valorización de productos (Rullani, 2004b; Gorz, 2011). En esta transformación donde “lo inmaterial” tiene un peso decisivo en la creación de valor, es donde la transmisión de conocimiento toma especial relevancia. Es lo que la literatura académica ha denominado economía postindustrial o economía del conocimiento (Lazzarato, 2002). Con el desarrollo de esta economía postindustrial en la que el conocimiento forma parte de forma fundamental en el desarrollo de las sociedades modernas, se hace necesario incorporar al estudio de los bienes comunes aspectos relacionados con la gestión colectiva de recursos inmateriales, tales como el conocimiento, los valores o la ética (Rullani, 2004a).

La economía del conocimiento es una economía de la velocidad: los valores no son stocks que se conservan en el tiempo, sino que estos valores decrecen con el aumento de la velocidad de los procesos de intercambio (Pasquinelli, 2008; Lazzarato, 2012). Difusión y socialización son dos procesos paralelos que juegan un papel clave en la economía del conocimiento. El conocimiento no sólo no se consume con el uso, sino que se revaloriza a medida que es utilizado. No hay una única manera de emplear los conocimientos con el fin de obtener de ellos el máximo beneficio, ya que cada operador debe explorar las diferentes posibilidades de difusión, de socialización y de sustitución en la cadena de la oferta (Rullani, 2004b).

En el contexto de una economía posindustrial donde la generación de valor asociada a la producción material depende crecientemente del conocimiento y otros activos inmateriales, las élites capitalistas recurren cada vez más a estrategias basadas en la apropiación rentista para transformar en ganancia el valor producido por los bienes comunes del conocimiento (Vercellone, 2008; Boltanski y Chiapello, 2017). Este aspecto puede encontrarse en múltiples sectores, pero merece especial atención el terreno de la industria agroalimentaria. En la misma, es necesario buscar una forma alternativa de gestión del conocimiento, no tan orientado a la producción material, sino a los valores asociados a dicha producción (Pasquinelli, 2008; Rullani, 2004c). Estos cambios han ido produciendo modificaciones en la producción y gestión de los alimentos (Macías Vázquez y Alonso González, 2014). También en los métodos de gobernanza, con el objetivo de incorporar estos aspectos inmateriales a la valorización de productos agroalimentarios (Rullani, 2004a).

Esta situación de cambio se ve forzada, además de por los cambios producidos en el sistema capitalista, por la grave crisis de rentas agrarias que se viene produciendo en las economías occidentales, especialmente en la agricultura europea (Lamo de Espinosa, 2009). A pesar de que la crisis de rentas tiene unas características específicas propias en cada uno de estos países, todas ellas comparten un rasgo común que une a las crisis agrícolas occidentales, la asimetría de poder (Serres, 2013). Mientras los agricultores tienen cada vez mayores dificultades para apropiarse del valor generado por su producción, las grandes empresas de distribución se apropian de forma rentista de este valor (Serres, 2013). Todo ello está unido a la tendencia actual creciente hacia una excesiva concentración de la intermediación comercial en los mercados agroalimentarios (Vorley, 2003). En una economía postindustrial, las grandes transnacionales gestionan mejor los recursos inmateriales que los productores individuales (Pasquinelli, 2008). La

gestión de los recursos inmateriales se torna un aspecto clave para la posibilidad de aumentar la apropiación de valor por parte de los agricultores, siendo un aspecto fundamental para la posible superación de la crisis de rentas anteriormente mencionada (Macías Vázquez y Saavedra Gallo, 2021).

El mecanismo tradicional de gobernanza de la producción agroalimentaria de manera colectiva en el sur de Europa (especialmente en España, Francia e Italia), han sido las denominaciones de origen. En otros países europeos, como los nórdicos (especialmente en Suecia y Noruega), este mecanismo es aún incipiente. Las denominaciones de origen tenían en su comienzo un objetivo doble. Por un lado, proteger las rentas del productor. Por otro lado, resolver el problema de información y selección adversa (Pérez-Bustamante, 2005; Cambra-Fierro y Villafuerte Marín, 2009). Durante las primeras décadas de existencia de este mecanismo el objetivo se cumplió (Cambra-Fierro y Villafuerte Marín, 2009). Esto permitió un avance en la comercialización de productos agroalimentarios de calidad (De la Calle Robles, 2002). A pesar de ello, en la actualidad, se constata la creciente dificultad de las denominaciones de origen de gestionar de forma exitosa los recursos comunes inmateriales asociados a la producción, causando una imposibilidad de apropiación del valor generado por la producción por parte de los agricultores (Belletti et al., 2017; Malorgio et al., 2008). Esto conlleva un agotamiento progresivo del mecanismo de protección de rentas de los agricultores. Mientras que, ante tal proliferación de sellos, el consumidor no es capaz de distinguir entre ellos por la calidad asociada. ¿Tiene sentido esta proliferación sin límites de esta figura de gobierno agroalimentario? El sistema de denominaciones de origen como mecanismo de gobernanza está perdiendo potencial de gestión de los recursos inmateriales y protección de las rentas del agricultor. Esto convierte a las denominaciones de origen en figuras con escasa capacidad de adaptación para una economía postindustrial.

La disminución en la capacidad de protección de rentas y gestión de recursos inmateriales por parte de las denominaciones de origen ha fomentado el surgimiento de las denominadas Redes Alimentarias Alternativas (RAA). Estas organizaciones de gestión de recursos inmateriales suponen una crítica al sistema agroalimentario globalizado (Bidwell et al., 2018b; Ilbery y Maye, 2005). Ante la dificultad de establecer mediaciones entre la producción y el consumo de alimentos a través de las denominaciones de origen, los consumidores y los productores crean movimientos que favorecen los diálogos entre ambas partes. En esta situación, se produce también un intercambio decisivo de conocimiento, valores y sentimientos que puede favorecer otras formas de gobernanza agroalimentaria (Bidwell et al., 2018; De Bernardi et al., 2020). Estas redes ponen en contacto directo a los productores con los consumidores, favoreciendo la interpretación de los significados asociados a la producción material. Esto fomenta una gestión colectiva de los recursos inmateriales que, a largo plazo, aumenta la capacidad de apropiación de rentas por parte del productor, pudiendo ser una posible solución para la crisis agraria que sufren los países occidentales.

El objetivo de esta tesis doctoral es realizar una síntesis de los marcos conceptuales expuestos para analizar los procesos de construcción social de la calidad alimentaria, como bien común, teniendo en cuenta los múltiples actores que participan en ellos. Con el fin de llevar estos marcos teóricos sobre la realidad, se establecen vías de valorización en torno a los productos agroalimentarios, identificando los problemas de acción colectiva y de gobernanza territorial vinculados con los procesos de resignificación de las producciones agroalimentarias. Resulta de especial importancia analizar los mecanismos de gobernanza agroalimentaria con mayor implementación sobre el territorio en los países analizados. Por un lado, las denominaciones de origen como un mecanismo de gobernanza tradicional con muestras de agotamiento. Por otro lado, las formas

alternativas de organización social en torno a la alimentación y a la producción de alimentos, en particular, las Redes Alimentarias Alternativas (RAA).

Para la consecución de este objetivo, en esta tesis doctoral se ha optado por dos aproximaciones metodológicas. Para la elaboración del marco teórico se ha realizado el análisis temático de la literatura académica acerca de los bienes comunes, la economía del conocimiento y la gobernanza de los sistemas agroalimentarios. Este análisis temático ha permitido la elaboración de un modelo sintético de análisis de las vías de valorización de los recursos inmateriales. Por otro lado, para el análisis de las figuras de gobernanza se ha optado por el análisis de casos en contextos sociales y geográficos diversos como metodología para alcanzar los objetivos planteados.

El análisis de caso permite asumir las premisas de la investigación desde una ontología y una epistemología constructivistas y críticas, interpretando la realidad desde las múltiples aristas y complejidades que aportan casos analizados en profundidad (Patton, 2002; Sarantakos, 2005; Walter, 2006). La aplicación de la teoría constructivista en los estudios de caso se debe a las bases sobre las que se asienta esta perspectiva. Se organizan los datos recolectados en base al modelo teórico desarrollado. El constructivismo admite que no hay producción de conocimiento fuera de las teorías, conceptos y metodologías que se utilizan para la construcción de los objetos de estudio (Olivé, 1998). Esto no lleva al relativismo sino al pluralismo. La realidad tiene su origen en la construcción social y la ciencia produce un tipo de conocimiento sobre ella (Retamozo, 2012). Por tanto, en esta tesis doctoral sólo se realiza una aproximación a la verdad en la que los resultados son contruidos en base a los datos obtenidos mediante las distintas aproximaciones a estudios de caso y al marco teórico formulado. Los estudios de caso, por tanto, son una metodología idónea para analizar en cada uno de los contextos seleccionados las interacciones e influencias sociales y políticas de mayor alcance (Stake, 1995). En

particular, el estudio de caso es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes (Yin, 1994).

En la selección de casos de análisis podemos distinguir dos grandes bloques. Para el análisis los sistemas agroalimentarios de gobernanza tradicional (denominaciones de origen), se han seleccionado estudios de caso en Sierra Mágina (Jaén, España) y Terra di Bari (Apulia, Italia), por tratarse de algunas de las zonas con mayor producción de Europa (Rodríguez Cohard y Parras Rosa, 2012). El interés de esta selección es que ambas regiones gestionan de forma diferente un mismo producto, pero a través del mismo mecanismo. Mientras en el caso español las denominaciones de origen aún tienen una gran cuota de mercado, en Italia la venta fuera de las denominaciones de origen es cada vez mayor.

Por otro lado, para el análisis de caso de los sistemas agroalimentarios alternativos se ha seleccionado un estudio con un grado medio de compromiso ético y político de sus socios, dentro de las posibilidades que ofrecen las RAA. De esta forma, se analiza el tipo de RAA más común dentro de los señalados por la literatura académica. Este caso es el Ecomercado de Granada (Granada, España). En el Ecomercado, consumidores y productores se unen en una misma institución con el fin de crear redes alimentarias justas y saludables para ambas partes. En este caso el grado de compromiso por parte del consumidor no es muy exigente. El consumidor no tiene por qué ser socio de la institución para realizar sus compras, mientras que en otras instituciones de RAA hay mayor grado de compromiso. Se trata de un caso específico de MPA al aire libre, en el que se produce un acercamiento del mundo rural a la ciudad, permitiendo reconectar estos mundos y favoreciendo relaciones más armoniosas.

Con el fin de desarrollar la investigación planteada, la presente tesis doctoral se estructurará en nueve capítulos que se agrupan en tres partes. Por un lado, los capítulos 2, 3, 4 y 5 son capítulos de discusión teórica. En ellos se realiza una síntesis entre bienes comunes, economía del conocimiento y gobernanza. Finaliza esta parte con la propuesta de un modelo de valorización de recursos inmateriales en una economía postindustrial. Por otro lado, los capítulos 1, 6 y 9 se dedican a los objetivos, metodología y conclusiones de la tesis doctoral, respectivamente. Por último, los capítulos 7 y 8 se presentan los análisis de caso.

En el primer capítulo se señalan los objetivos principales y secundarios de esta tesis doctoral.

En el segundo capítulo se realizará una revisión sistemática de literatura (RSL) sobre bienes comunes desde 2010 hasta 2020, en la que se pone especial interés en los nuevos comunes. El objetivo de esta revisión sistemática es conocer el estado de la cuestión sobre bienes comunes.

En el tercer capítulo se analizan las transformaciones de la sociedad capitalista en el plano de la economía del conocimiento que nos permiten hablar sobre capitalismo cognitivo o economía basada en el conocimiento. En este capítulo se señalan las características específicas que determinan este periodo, poniendo el foco en el contexto agroalimentario, cuestión de análisis de esta tesis doctoral.

En el cuarto capítulo, se analizan las formas de gobernanza asociadas a la calidad alimentaria, los mecanismos de gobernanza comunitaria en el marco de los países analizados y sus diferencias.

En el quinto capítulo se propone un modelo de generación de valor inmaterial en una economía cognitiva. A partir de este modelo se pueden establecer vías de valorización de

productos agroalimentarios resultante de la combinación de los marcos teóricos sobre bienes comunes, economía del conocimiento y gobernanza de los productos agroalimentarios.

En el sexto capítulo, se detalla la metodología empleada en la tesis doctoral. Se señalan las particularidades metodológicas de cada uno de los estudios de caso y las características metodológicas comunes a todos ellos.

El séptimo capítulo se analizan los sistemas tradicionales de gobernanza de los productos agroalimentarios. Para ello se analizan, a través del modelo propuesto en el capítulo cuatro, dos denominaciones de origen (una en España y otra en Italia) productoras de aceite de oliva.

En el octavo capítulo se analiza una institución de gobernanza alimentaria alternativa a través de las RAA. En especial, se analiza el de MPA más importante de Granada utilizando el modelo de generación de valor propuesto.

Por último, en el capítulo nueve se realiza un resumen de la tesis doctoral. Las conclusiones de la tesis doctoral y las futuras líneas de investigación también son señaladas en este capítulo.

Es importante señalar que los estudios de caso recogidos en esta tesis doctoral han sido publicados o se encuentran en proceso de revisión.

Así, el estudio acerca del aceite en Sierra Mágina está en revisión por pares en la revista “Food, Culture and Society” indexada en el JCR (Q3) junto con el profesor García-Quero. Parte de este estudio de caso ha sido incorporado a un análisis de distintas experiencias de gestión de capital simbólico en el artículo denominado “La gestión del capital simbólico y el desarrollo rural: análisis comparativo de experiencias europeas y

latinoamericanas” publicado en la “Revista Austral de Ciencias Sociales” indexada en SJR (Q3) junto con el profesor Macías Vázquez.

El estudio de Terra di Bari ha sido presentado al XVIII Congreso Internacional sobre Sostenibilidad Ambiental, Cultural, Económica y Social celebrado en Granada. También se encuentra en proceso de revisión por pares en la revista “Perfiles Latinoamericanos”.

Del trabajo de campo realizado en el Ecomercado de Granada se han publicado dos trabajos diferentes. En primer lugar, durante una fase exploratoria, se analizó el Ecomercado de Granada desde una perspectiva de nuevos comunes conceptuales, siguiendo el enfoque y metodología propuesta por Elinor Ostrom. Este trabajo ha sido publicado bajo el título “Nuevos comunes para la transformación ecosocial: El caso del Ecomercado de Granada” en la “Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)”, indexada en SJR (Q2). Posteriormente, se realizó una nueva aproximación al terreno y más trabajo de campo para mejorar la robustez de la información. En este estudio, en lugar de una aproximación desde la perspectiva de bienes comunes de Ostrom, se aplicó el marco teórico desarrollado en el marco del proyecto Nacional y en esta tesis doctoral. Este trabajo ha sido publicado en la revista “Journal of Agricultural and Environmental Ethics” indexada en JCR (Q1).

La elaboración de esta tesis doctoral es fruto del trabajo realizado durante el contrato predoctoral de investigación (antigua beca FPI) a cargo del proyecto “La construcción social de la calidad alimentaria: Mediaciones entre la producción y el consumo en una economía basada en el conocimiento” (CSO2017 85188-R). El proyecto ha sido financiado por el Ministerio Economía y Competitividad del Gobierno de España.

El motivo de la elaboración de esta monografía no es otro que la elaboración de un manuscrito completo, que agrupe todos los trabajos realizados durante este tiempo. Todos

ellos comparten la misma línea de trabajo que se ha venido desarrollando durante estos últimos años como consecuencia del contrato señalado. Se considera necesario agrupar todos ellos bajo el marco teórico desarrollado, en un solo texto, que favorezca la comprensión de cada parte y permita un análisis más profundo de la cuestión analizada.

Considero importante en la formación de un doctorando enfrentarse a la labor de sistematización y elaboración de una monografía de este estilo. Es, por tanto, además de una memoria para optar al título de doctor, un ejercicio de síntesis que permite a este candidato mejorar en su capacidad expositiva y analítica. Estas habilidades se desarrollan de distinta forma en la escritura de artículos para revistas.

CAPÍTULO 1. OBJETIVOS DE LA TESIS DOCTORAL.

Los objetivos que se pretenden alcanzar mediante la elaboración de la presente tesis doctoral son los siguientes:

Objetivos principales

- 1) Realizar una síntesis conceptual de las discusiones contemporáneas sobre bienes comunes, economía cognitiva y sistemas de gobernanza agroalimentarios.
- 2) Analizar los procesos de construcción social de la calidad alimentaria, como bien común, teniendo en cuenta los múltiples actores que participan en dichos procesos.
- 3) Identificar los problemas de acción colectiva y de gobernanza territorial vinculados con los procesos de resignificación de las producciones agroalimentarias en contextos sociales diversos, con especial interés en las formas alternativas de organización social en torno a la alimentación y a la producción de alimentos.

Objetivos específicos

- 1) Mejorar nuestra comprensión de los procesos de construcción social de la calidad alimentaria, como bien común, en el ámbito de los canales cortos de comercialización de alimentos y las redes alimentarias alternativas tales como Ecomercados.
- 2) Analizar los aspectos socioeconómicos que permiten a los bienes comunes, gestionados colectivamente a través de distintos mecanismos de gobernanza, tener un funcionamiento ambiental sostenible y mantener unos elevados niveles de bienestar para los usuarios a través de la innovación en los manejos de recursos materiales.
- 3) Comprender la importancia de las estructuras institucionales de carácter comunal en el desarrollo sostenible de los territorios y en el sostenimiento material de las nuevas experiencias de innovación social rural.

4) Analizar las relaciones sociales existentes entre las nuevas experiencias de innovación social en las zonas rurales con las estructuras tradicionales comunales que las gestionan colectivamente.

Para la consecución de estos objetivos esta tesis doctoral se estructura de la siguiente manera:

Tabla 1 Objetivos de la tesis doctoral y capítulo con el que se pretenden alcanzar estos objetivos.

OBJETIVO	CAPÍTULO CON EL QUE SE CORRESPONDE
OBJETIVOS PRINCIPALES	
Primer objetivo principal	La totalidad de la tesis doctoral. Especialmente los capítulos 2, 3, 4 y 5.
Segundo objetivo principal	La totalidad de la tesis doctoral.
Tercer objetivo principal	La totalidad de la tesis doctoral. Especialmente en los capítulos 7 y 8.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
Primer objetivo específico	Capítulo 8.
Segundo objetivo específico	Capítulos 7 y 8.
Tercer objetivo específico	Capítulo 7.
Cuarto objetivo específico	Capítulo 8.

Fuente: Elaboración propia.

En base a estos objetivos se desarrolla la totalidad de la tesis doctoral que pretende favorecer el conocimiento acerca de la economía cognitiva y el proceso de valorización

de los productos agroalimentarios, mediante la gobernanza y gestión colectiva de los recursos inmateriales asociados a la producción material de alimentos.

CAPÍTULO 2. NUEVOS COMUNES Y COMUNES TRADICIONALES. HACIA UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE LOS BIENES COMUNES.

2.1. Introducción.

Desde la publicación en 1990 de la obra de Elinor Ostrom, “Governing the Commons”, el estudio de los bienes comunes se ha convertido en un importante campo de investigación a nivel internacional (Bollier, 2008; Barlow, 2004; Barnes, 2006; Helfrich, 2008). Desde sus inicios, la literatura académica de los comunes ha estado principalmente centrada en el análisis de la gestión de recursos naturales. Destacan las investigaciones en agricultura, pesca, bosques, tierras de pastoreo, fauna silvestre, agua o sistemas de irrigación. Dentro de esta línea, son especialmente conocidos los estudios sobre los bosques suizos de Törbel, la tierra en las aldeas japonesas de Hirano, Nagaike y Yamanoka, los regadíos en las huertas de Valencia y Murcia (Ostrom, 1990, 1993), o las zanjeras en Filipinas (Ostrom, 1989).

En la primera década del siglo XIX aparece en la literatura el término “nuevos comunes” (Bollier y Helfrich, 2012), incluyéndose bajo su paraguas tanto objetos de estudio no analizados hasta el momento, como análisis críticos de las tesis convencionales sobre el estudio de los bienes comunes. Entre los primeros, que en esta tesis han sido denominados “nuevos comunes temáticos”, merecen especial mención las investigaciones referentes a materiales genéticos (Halewood, 2013), a medios de información colaborativos como Wikipedia (Fuster Morell, 2014), a prácticas incluyentes en espacios vecinales (Letelier et al., 2016) o al conocimiento (Fumagalli, 2007), aspecto que tendrá especial relevancia en esta tesis doctoral. En lo que respecta a trabajos críticos con la obra de Ostrom, se denominan en esta tesis doctoral como “nuevos comunes conceptuales”. Destacan los análisis de Hardt y Negri (2009) respecto al cercamiento de bienes comunes cuya

naturaleza dificulta su exclusión, las investigaciones de Harvey (2012) relacionadas con la ciudad como bien común urbano y el análisis realizado por Macías Vázquez y Alonso González (2016) sobre los bienes comunes y economía del conocimiento.

Pese a la proliferación de las investigaciones sobre estos nuevos comunes hasta la fecha no se ha realizado una revisión sistemática de la literatura que explique la situación de este campo de estudio y las líneas de trabajo emergentes sobre las que conviene profundizar.

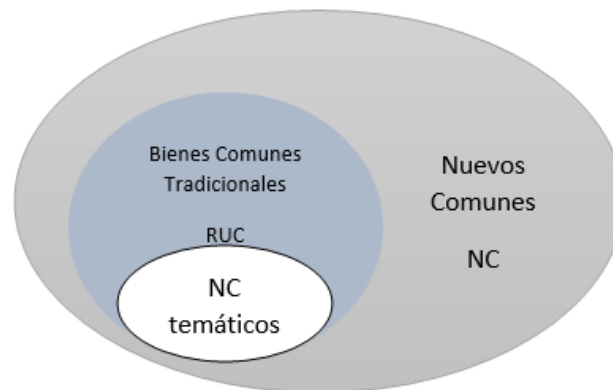
El objetivo de este capítulo es paliar tal carencia y realizar una revisión sistemática de la literatura académica vinculada a los nuevos bienes comunes que muestre el estado de la cuestión. Además, puesto que en esta tesis doctoral se prestará especial atención a un nuevo común como es el conocimiento, en la revisión se hará especial hincapié en su abordaje en la literatura sobre bienes comunes. Se hace necesario, por tanto, conocer qué tipos de estudios sobre el común se están realizando, bajo qué enfoques teóricos y las metodologías que están siendo utilizadas.

A continuación, se expondrán los criterios para la selección de los textos seleccionados, la forma en la que han sido tratados y la metodología de codificación. Posteriormente, se presentará el informe con los resultados obtenidos fruto del análisis realizado. Por último, se señalan las principales conclusiones que revelan la revisión sistemática de literatura y los posibles nuevos horizontes en la investigación de los comunes, en especial en el campo del conocimiento aplicado al sector agroalimentario, el cual es también objeto de estudio de esta tesis doctoral.

2.2. Metodología de la revisión sistemática.

En esta revisión de literatura, pese a sus notorias diferencias, englobaremos tanto los “nuevos comunes temáticos” como los “nuevos comunes conceptuales” bajo el calificativo de “nuevos comunes”, siguiendo la terminología empleada por Hess (2008). El concepto de “nuevos comunes” (NC) es un término que aparece comúnmente para englobar un fenómeno de estudio más abierto, complejo y difuso (Colding et al., 2013).³

Ilustración 1 Los comunes tradicionales como parte de los Nuevos Comunes.



Fuente: Elaboración propia en base a Hess (2009) y Macías Vázquez y Alonso González (2016).

Como el gráfico anterior muestra, hay temáticas de nuevos comunes que son estudiadas bajo el marco de los comunes tradicionales (obra y marco de referencia de Ostrom), en los que se analizan principalmente estudios sobre recursos materiales finitos. Por otro

³ Bajo el calificativo de nuevos comunes Hess identifica fenómenos que están propiciando un renovado interés por el común y a cuyas características no tienen por qué aplicarse los principios de diseño institucional de Ostrom.

lado, hay otro grupo de nuevos comunes que son críticos con el marco de Ostrom y resultan una crítica a su concepción del común. Estos últimos nuevos comunes entienden el común como un paso más en la investigación, pudiendo analizar dentro de este grupo recursos tanto materiales como inmateriales.

La metodología empleada para la revisión sistemática de literatura realizada en este capítulo se detalla a continuación.

Para realizar la revisión sistemática de literatura (RSL), se siguieron las tres fases expuestas por Tenfield et al. (2003): 1- Planificación de la revisión; 2- Ejecución de la revisión; 3- Difusión de los resultados. Para ello, hemos basado esta revisión en los trabajos de Sánchez Meca (2010), Medina López et al. (2010) y Campbell Collaboration (2014) en los que se aplica esta metodología. En los siguientes apartados se siguen las fases de esta metodología.

2.2.1. Criterios de inclusión y exclusión.

Se aplicaron los siguientes criterios de inclusión y exclusión a los estudios considerados:

- a) documentos escritos en inglés, español, francés o portugués;
- b) estudios empíricos que proporcionaron información numérica sobre la investigación (por ejemplo, porcentajes, medias);
- c) estudios teóricos críticos con la obra de Ostrom;
- d) sólo se excluyeron los estudios empíricos basados en el análisis de recursos comunes tradicionales (recursos naturales) ya que se consideran un objeto de estudio tradicional y no un estudio de nuevos comunes.

2.2.2. Búsqueda de literatura

Para conseguir los objetivos de esta revisión, se han realizado búsquedas bibliográficas con las palabras clave más destacadas en la literatura. Para seleccionar las palabras clave a utilizar se ha tomado como referencia el mapa sobre nuevos comunes realizado por Hess (2008:13). También se han introducido otros términos clave para poder limitar los resultados de las búsquedas (“Commons”, “Common- Pool Resources”, “Institutions”, “case study”, “Europe”, “New Commons”).

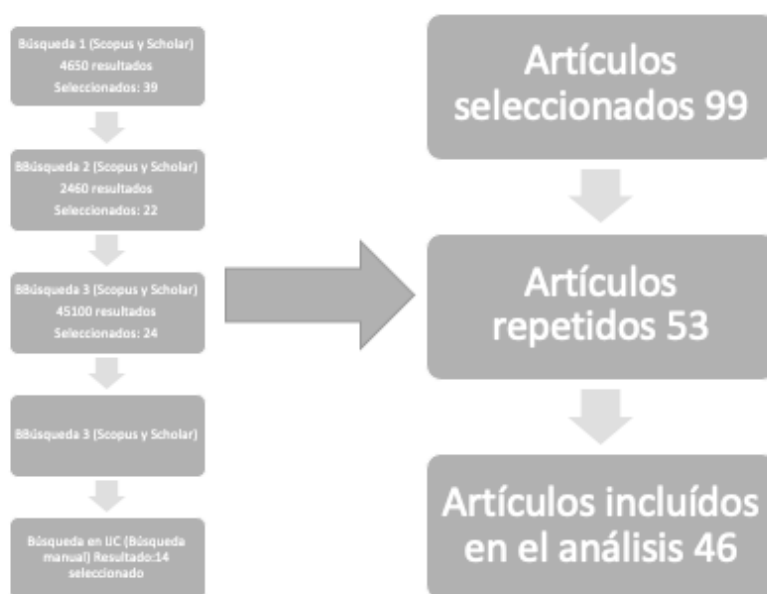
Las bases de datos utilizadas para realizar las búsquedas han sido *Google Scholar*, *Scopus*, y *Dialnet*. Las dos primeras aseguran encontrar la literatura académica publicada en las revistas científicas más destacadas a nivel internacional. En cuanto a Dialnet, permite incluir la mayoría de los artículos científicos redactados en lengua castellana. Además, con la intención de tener una medida de control de las búsquedas realizadas en *Google Scholar*, *Scopus* o *Dialnet*, se ha realizado una revisión exhaustiva en la revista especializada en bienes comunes “*International Journal of the Commons*”. En todos los casos, el periodo analizado ha sido el intervalo temporal 2010-2020.

La búsqueda inicial en Google Scholar con las palabras "common pool resource" AND "Europe" arrojó 4650 resultados, siendo seleccionados en total 39 artículos. Se continuó con una nueva búsqueda de palabras clave "common pool resource" AND "case study" AND "Europe" que arrojó 2460 resultados. De esta búsqueda se seleccionaron 22 artículos. En la siguiente búsqueda fuimos introduciendo términos identificados por la literatura especializada sobre nuevos comunes (Benkler, 2003, Hess, 2008; Santiago Muiño, 2015; Ecologistas en Acción, 2017): "common pool resource", “case study”, “new common”, "social market", "Europe", "social currency", "renewable energy”. Las búsquedas fueron combinándose introduciendo los comandos AND y OR. De los artículos que fueron apareciendo en las respectivas búsquedas se seleccionaron un total de 24.

Las mismas estrategias de búsqueda se realizaron en Scopus, Dialnet⁴. En la revista especializada “International Journal of the Commons” la metodología empleada fue la revisión de cada uno de los artículos publicados en la misma de forma manual.

Debido a las duplicidades en las búsquedas, de los 99 artículos seleccionados en una primera fase, finalmente fueron incluidos en la síntesis cualitativa un total de 46 artículos académicos (ver ilustración 2).

Ilustración 2. Modo de proceder en la selección para la RSL.



Fuente: Elaboración propia en base a la metodología empleada.

⁴ Las búsquedas realizadas en la base de datos Dialnet utilizaron las mismas palabras clave, pero traducidas al castellano.

En la siguiente tabla se resumen los resultados obtenidos en cada búsqueda y el número de artículos finalmente seleccionados.

Tabla 2 Número de artículos seleccionados y fuente de la que se ha extraído⁵

FUENTE	NÚMERO DE ARTÍCULOS SELECCIONADOS
Google Scholar	21 (4)
Scopus	9
International Journal of the Commons	14
Dialnet	2 (2)

Fuente: Elaboración propia.

2.2.3. Análisis de datos

Para analizar estos artículos se han seguido las fases del análisis temático propuestas por Braun y Clarke (2006). Para ello, se ha decidido agrupar las fases 1, 2 y 3 (familiarización con los datos, generar códigos iniciales y buscar por temas) en una primera única fase. Posteriormente, se decidió agrupar las fases 4 y 5 del mismo (revisión de los temas y posteriormente definir y nombrar los temas). Por último, se lleva a cabo la última fase de la propuesta de Braun y Clarke (2006), producir un análisis. Se han agrupado para hacer más ágil el análisis y facilitar su comprensión.

⁵ En la columna que indica el número de artículos seleccionados aparece entre paréntesis los que son en castellano. El resto son en inglés, a excepción de 2 artículos en francés y 1 en portugués obtenidos de Google Scholar.

Los artículos seleccionados han sido introducidos en el software de análisis cualitativo NVIVO12 para llevar a cabo la búsqueda por temas⁶. Se han codificado los artículos en base a tres grandes bloques señalados como especialmente importantes para la literatura académica (Hess, 2008; Bollier y Helfrich, 2012).

En primer lugar, se considera importante la definición que los artículos hacen de los bienes comunes. Esto muestra el enfoque teórico que los estudios toman como referencia dentro del estudio del común. En segundo lugar, otro código introducido en esta revisión, es la metodología llevada a cabo. En este caso, se agrupan los artículos en aquellos que siguen el enfoque Análisis y Desarrollo Institucional (IAD⁷), una metodología de corte cualitativo o de corte cuantitativo. Esto se debe a la observación de que hay distintas metodologías, a veces complementarias, para realizar estudios en torno a una misma temática. La metodología de estudio indica la explicación del concepto de común que el autor del artículo toma como referencia, ya que, si un estudio toma como referencia el marco IAD, se corresponde con una aceptación, *per se*, de la teoría ostromniana. Por último, se han codificado los artículos por temáticas de estudio que permiten conocer más sobre los objetos de estudio más analizados por la literatura.

En base a estos tres códigos se ha podido clasificar los estudios del común en los dos grupos señalados anteriormente; “Nuevos comunes temáticos” y “nuevos comunes conceptuales”. Una vez codificados los artículos seleccionados, se han ido analizando las definiciones, las metodologías y las temáticas y las muestras utilizadas en las investigaciones.

⁶ En el anexo II se realiza un cuadro resumen de los artículos seleccionados en esta revisión sistemática, en el que se expone año de elaboración del estudio, metodología llevada a cabo para la realización del mismo, muestra seleccionada para dicho estudio (en número), área dónde se realiza, el país donde se realizó, la principal conclusión extraída del artículo y en qué tipo de NC se puede clasificar.

⁷ IAD: Siglas en inglés. Institutional Analysis and Development. Se han mantenido estas siglas, ya que estas siglas son comúnmente utilizadas por la literatura académica sobre bienes comunes.

Por tanto, para esta revisión sistemática se ha decidido analizar estas tres áreas temáticas, codificando cada uno de los artículos en estos tres bloques.

2.3. Resultados.

La sección se divide en tres partes. En primer lugar, se presentarán las definiciones utilizadas de bien común empleadas por los estudios realizados. Posteriormente, se realizará una comparativa entre las temáticas que abordan los estudios seleccionados. Finalmente, se presentará la metodología utilizada por los mismos. Los resultados de la revisión sistemática son presentados de esta manera debido a que se considera muy importante el objeto de estudio seleccionado y la definición que se hace de bien común por los distintos artículos para poder diferenciarlos entre nuevos comunes temáticos o nuevos comunes críticos con la teoría convencional de Ostrom. La metodología empleada por los artículos es útil para conocer hacia dónde se dirige la investigación en este campo de estudio. Estas tres partes se corresponden con los nodos creados durante la codificación de los artículos en NVIVO12.

2.3.1. Definición de bien común utilizada en la literatura seleccionada.

Los “nuevos comunes” (NC), o Comunes no tradicionales (Hess, 2008), han sido 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). Pero también hay definiciones más amplias, que, lejos de limitar el término “nuevos comunes” a las formas ya conocidas de propiedad común, lo extiende a “todos los bienes, infraestructuras

y servicios modernos como pueden ser los bienes domésticos o culturales, pero también a aquellos que tienen que ver con los cuidados, con la alimentación, la educación o el transporte” (Santiago Muiño, 2015). En esta línea Ecologistas en Acción (2017) definen los “nuevos comunes” como esas prácticas que intentan cerrar circuitos en un territorio dado y nos ayudan a democratizar fragmentos del mundo. En esta línea los NC son definidos como agrupaciones desde las que desarrollar formas diferenciadas de producir, aprender, convivir, cuidarse o relacionarse con las culturas y las nuevas tecnologías, de forma que sean accesibles y no se mercantilicen (Kloppenburger, 2018). En definitiva, instituciones capaces de sostener y hacer deseables otros estilos de vida.

La mayoría de los estudios analizados en esta revisión utilizan la definición expuesta en *“El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva”* (Ostrom, 1990). La definición de Ostrom (1990: 66) de bien común es “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”. Esta definición amplia deja abierta la posibilidad de estudiar recursos distintos a los tradicionales recursos naturales. En definiciones posteriores de la literatura seleccionada se añade que no solo el uso es importante, sino que también es importante la gestión del común.

Sin embargo, en la literatura analizada se utilizan otras definiciones distintas que pueden marcar la pauta de estudio. Campbell y Wiesen (2009, p. 11) describen los comunes como “espacios abiertos públicamente accesibles, no excluibles y manejados por una gobernanza compartida.” Esta definición señala que la gobernanza del recurso debe ser compartida entre la sociedad. Otra definición utilizada por los artículos señala los comunes como “sistemas dinámicos en continuo cambio, que envuelven las interacciones entre actores, instituciones y recursos, confinados y moldeados en un espacio socio-

ecológico dado” (Schlüeter et al., 2014). Si bien en los artículos seleccionados resaltan definiciones en las que el aspecto institucional de los bienes comunes gana un mayor peso y son considerados de la siguiente manera: “los bienes comunes son, en general, instituciones complejas en las que las tierras y otros recursos se utilizan de manera colectiva por el autogobierno y las reglas que son autorrestrictivas y autosancionadoras” (de Moor, 2011: 430). Si bien, no es la única de las analizadas que resalta este aspecto. Por ejemplo, se destaca que “un bien común consiste no solo en un recurso, sino en una comunidad que administra el recurso mediante el diseño de sus propias reglas, tradiciones y valores. Para ser un bien común, se necesitan los tres: un recurso, una comunidad y reglas, tradiciones y valores” Bollier (2008:6).

Las definiciones anteriormente expuestas mantienen el núcleo firme de la definición propuesta por Ostrom, si bien intentan matizar y añadir aspectos que, desde su perspectiva, se considera importante resaltar. Estas definiciones se pueden considerar dentro de la categoría nuevos comunes temáticos, ya que proponen nuevos objetos de estudio, pero mantienen el núcleo firme de Ostrom en el sentido de Lakatos (1978)⁸. Las definiciones señaladas a continuación rompen con el marco de referencia de la teoría de Ostrom, considerando los comunes de forma distinta. La mayoría de estas definiciones atacan sobre uno de los pilares fundamentales de la teoría establecida: la rivalidad en el uso de los bienes comunes. Estas definiciones se enmarcan dentro de los nuevos comunes críticos con la teoría Ostrom, que en este análisis cualitativo se han denominado “nuevos comunes conceptuales”.

⁸ Lakatos (1978) concibe el avance científico a través de programas de análisis epistemológico. Las partes del programa científico son: el Núcleo Firme, el Cinturón Protector. El núcleo firme es la parte más estable de todo el Programa de Investigación Científica y está compuesto de hipótesis generales, teorías o enunciados universales. El Cinturón Protector es la parte dinámica del programa, protege al núcleo firme, adecuando el programa mediante un conjunto de hipótesis auxiliares explícitas.

Algunas de las definiciones propuestas en este sentido ponen el acento en la relación del recurso con la colectividad, “la relación entre el recurso material y la comunidad que lo utiliza, gestiona y mantiene colectivamente, supone un proceso de evolución, definición, identificación y transformación mutuas, que es la clave para definir estos espacios como comunes urbanos” (de Angelis, 2003: 9). Otras, sin embargo, conciben los comunes como la lucha entre clases y, desde una órbita marxista, “aquellos bienes o instituciones que luchan y se mantienen en contra de la acumulación por desposesión realizada por la órbita neoliberal” (Hardt y Negri, 2009: 363). “Los bienes comunes no deben considerarse pues como un tipo particular de cosas o activos y ni siquiera de procesos sociales, sino como una relación social inestable y maleable entre cierto grupo social autodefinido y los aspectos de su entorno social y/o físico, existente o por ser creado, considerada sustancial para su vida y pervivencia” (Harvey, 2012: 114). Foray (2004) reconoce que determinados procesos de control desde la esfera del mercado y del sector público pueden dar lugar a escenarios de producción de conocimiento donde priman dinámicas trágicas. Macías Vázquez y Alonso González (2016) consideran que la maximización del valor de los NC se alcanza cuando se difunden y sus usos se multiplican al máximo.

A pesar de que estas definiciones critican aspectos clave en la definición de Ostrom, no niegan la utilidad de la teoría expuesta. Todos los autores coinciden en que se trata de una base importante sobre la que fundamentar el análisis de los comunes, obra sobre la que fundamentar su crítica. Sin embargo, también tienen unas diferencias clave que quedan resumidas en la siguiente tabla.

Tabla 3 Diferencias entre Comunes tradicionales, nuevos comunes temáticos y nuevos comunes en sentido de concepción.

	Rivalidad	Exclusión	Definición	Objeto de estudio	Desgaste	Homogeneidad
Bienes Comunes Tradicionales	Rivalidad en su uso	Difícil exclusión	Definición de consenso (Ostrom, 1990)	Tradicionalmente recursos naturales	Se desgastan con el uso	Son homogéneos en sus características
Nuevos Comunes Temáticos	Rivalidad en su uso, aunque a veces la rivalidad es baja.	Difícil exclusión	No hay definición de consenso, pero no se rompe con el marco Ostrom.	Incluyen todos los bienes, infraestructuras y servicios modernos.	No se desgastan con el uso, sino que se revalorizan con el mismo.	Son heterogéneos y hay distintos niveles de rivalidad.
Nuevos Comunes concepción	Rivalidad en su uso, aunque a veces la rivalidad es baja o nula.	Difícil exclusión	No hay definición de consenso, pero no se rompe con el marco Ostrom.	Incluyen todos los bienes, infraestructuras y servicios modernos. Especialmente todo aquello referente a las ciudades y sus nuevas formas comunales.	No se desgastan con el uso, sino que se revalorizan con el mismo.	Son heterogéneos y hay distintos niveles de rivalidad y exclusión.

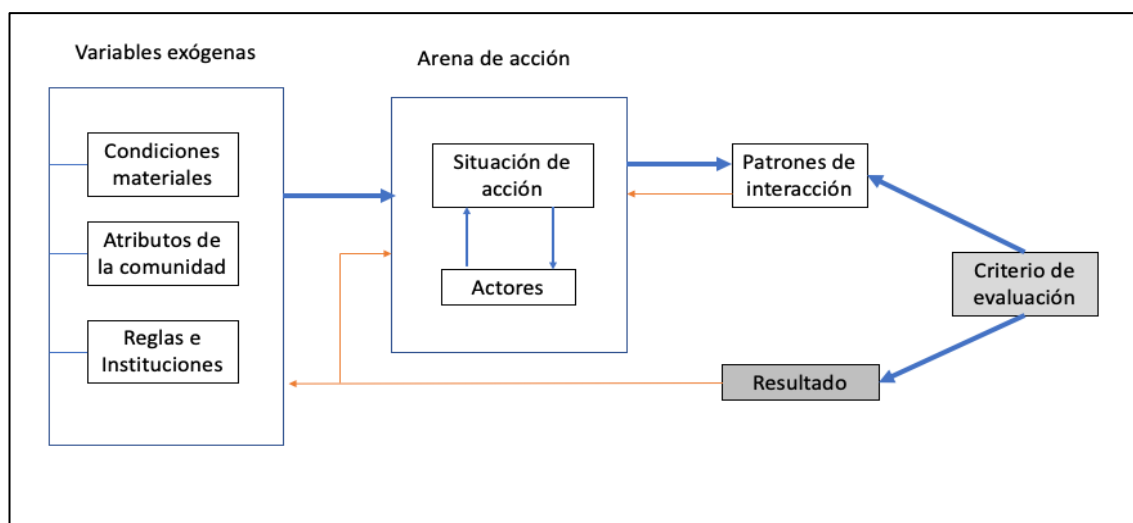
Fuente: Elaboración propia en base a Hess y Ostrom (2009) y Macías Vázquez y Alonso González (2016).

Por tanto, fruto del análisis de la literatura sobre bienes comunes, en esta tesis doctoral, se propone definirlos del siguiente modo: relaciones sociales, que pueden ser materiales o no, institucionales o no, en las que tanto la rivalidad como la exclusión de dichos bienes resultan difíciles. Además, no sólo no se desgastan con el uso, sino que por el contrario se revalorizan.

2.3.2. Metodologías de estudio empleadas en los artículos seleccionados.

Las metodologías llevadas a cabo en los artículos seleccionados darán una muestra del abordaje del objeto de estudio por parte de los distintos autores. El estudio de Ostrom (1990) creó una metodología de análisis de los bienes comunes naturales centrada en los principios de diseño para la gestión exitosa. Se trata de un enfoque que coloca el foco en el mantenimiento del recurso en el tiempo. Para analizar dicho mantenimiento de las instituciones de bienes comunes nace la metodología de estudio Análisis y Desarrollo Institucional (IAD). El marco IAD señala las principales variables que los investigadores deben utilizar en la evaluación del papel de las instituciones en la formación de las interacciones sociales. La aplicación de IAD permite categorizar dos grupos de reglas: formales (establecidas en códigos, leyes, programas) e informales (determinadas por los usos, costumbres y realidades de la aplicación de las normas) (Ostrom, 2002). El enfoque IAD se encuentra en una “arena de acción”, donde las opciones sociales y las decisiones tienen lugar. Tres grandes categorías de variables (variables exógenas) se identifican sobre cómo influyen en la arena de acción: 1) las reglas o instituciones que rigen el campo de acción, 2) los atributos de la comunidad o de la unidad colectiva de interés, y 3) las condiciones materiales de la comunidad donde actúa (Ostrom, 1999; Ostrom, 2005). Estas variables combinadas con los distintos actores generan patrones de interacción que serán retroalimentadas gracias a unos criterios de evaluación. Fruto de las interacciones entre las distintas esferas se obtendrá un resultado que será incorporado de nuevo al sistema de evaluación e interacción. Este marco permite el análisis de reglas e instituciones de gobierno de los bienes comunes a partir de una metodología de análisis preestablecida.

Ilustración 3. Marco de análisis IAD.



Fuente: Adaptado de Ostrom (1990: 33).

El marco IAD enmarca los bienes comunes en términos de comportamiento económico y racional característico del homo economicus. Impide este marco de análisis el surgimiento de formas alternativas de gestión de los bienes comunes (Macías Vázquez y Alonso González, 2015). El tratamiento analítico de los bienes comunes se basa en dos supuestos. En primer lugar, que los recursos comunes, por muy dinámicos y cambiantes que sean, vienen “dados”. Segundo, que la función de las comunidades es reactiva: adaptan sus reglas a las circunstancias rápidamente. Es, por tanto, el marco analítico IAD una dificultad a la innovación social en la gestión de los nuevos comunes.

En el anexo II se muestra la metodología utilizada por cada uno de los trabajos seleccionados. Se han agrupado en las siguientes categorías metodológicas:

- Descriptivo: todos aquellos estudios que realizan un estudio de caso a través de la descripción y conocimiento del caso, sin aplicar el método etnográfico, cuantitativo o cualitativo. Se han englobado bajo esta categoría los estudios de caso que aplican los principios de diseño propuestos por Ostrom.

- Etnográfico- cualitativo: los estudios que realizan análisis cualitativo a través de datos y documentos recogidos previamente, que realizan una aproximación de corte etnográfico, en cualquiera de sus modalidades (entrevistas en profundidad, cuestionarios...).
- Cuantitativo: los estudios que realizan inferencia a través de datos previamente recolectados.

La mayoría de los trabajos seleccionados realizan un estudio del caso determinado utilizando los principios de diseño de Ostrom⁹ e intentando comprobar si los casos estudiados los cumplen, utilizando para ello investigación etnográfica y entrevistas en profundidad a los miembros de las instituciones comunales. Esta forma de investigación fue propuesta por Ostrom en el marco de análisis IAD, un programa de análisis desde la Economía Política, considerada una de las mayores aportaciones al campo de estudio por parte de Ostrom.

En la actualidad se están proponiendo mejoras en los principios de diseño mediante el desarrollo de los ya formulados o la creación de nuevos. Esto se debe a la propia naturaleza de los principios de diseño de Ostrom. Estos principios no son suficientes para poder explicar el éxito o fracaso de las instituciones que gobiernan los comunes, si bien estos principios son necesarios para su éxito (Ostrom, 1990).

A pesar de que la mayor parte de los estudios seleccionados se basan en el enfoque IAD y utilizan la metodología propuesta, también hay estudios que explican y analizan los bienes comunes desde el punto de vista marxista y desde la perspectiva del manejo de los

⁹ Los principios de diseño propuestos por Ostrom (1990:166-185) son los siguientes: 1- Límites claramente definidos. 2- Coherencia entre las reglas de apropiación y provisión con las condiciones locales. 3- Arreglos de elección colectiva. 4- Supervisión. 5- Sanciones graduadas. 6- Mecanismos para la resolución de conflictos. 7- Reconocimiento mínimo de derechos de organización. 8- Nested enterprises (empresas de distinto nivel). El cumplimiento de estos principios de diseño por parte de una institución de acción colectiva no supone un éxito automático.

recursos como lucha contra la acumulación de unos pocos mediante la desposesión de los recursos comunes a toda la sociedad (Kapsali y Tsavdaroglou, 2014; Hardt y Negri, 2009; Harvey, 2012).

Por tanto, resumiendo este apartado, se ha observado que la metodología de estudio más común dentro de los nuevos comunes es la etnografía y el trabajo de campo. Una vez realizado esto, la mayoría de los estudios utilizan sus datos e informaciones para comprobar los principios de Ostrom. A pesar de esto, otros artículos coinciden en la necesidad de nuevas metodologías para casos de estudio nuevos y que realmente es necesario dar un paso adelante, llegando incluso a proponer mejoras en los principios de diseño institucional de Ostrom adaptándolos, añadiendo nuevos principios de diseño o modificándolos para abordar estas nuevas temáticas de estudio.

Por otro lado, otros estudios van mucho más allá cuestionando la utilidad de los principios de diseño y el marco IAD, proponiendo una nueva forma de abordar los problemas sociales más allá de aquellos análisis de corte voluntarista (Lanier, 2014). Uno de los principales estudios en esta línea es el propuesto por Macías Vázquez y Alonso González (2015), texto que se tomará como referencia en el tratamiento de los bienes comunes en esta tesis doctoral. Este artículo señala la necesidad de analizar el común a partir de una nueva característica: los nuevos bienes comunes no sólo no se agotan con el uso, sino que se revalorizan con la difusión y el uso.

2.3.3. Temática de los artículos seleccionados.

Tras el análisis los distintos artículos seleccionados se identifican una serie de temáticas novedosas desarrolladas bajo el enfoque de bienes comunes. Se ha comprobado que el área de estudio se ha desarrollado y ampliado de forma clara en la última década. Esto ha

dado como resultado la elaboración de estas nuevas temáticas. Todas ellas novedosas, ya que todas ellas van más allá del análisis de bienes comunes materiales. A estos análisis se les ha denominado en esta tesis doctoral como “nuevos comunes temáticos”.

Entre los trabajos seleccionados destacan los dedicados a estudios de caso que consideran recursos comunes los jardines o huertos urbanos comunes de las ciudades: los jardines comunes en la cuenca del Rhin-Ruhr en Alemania (Rogge y Theesfeld, 2018) que son gestionados por los propios vecinos de las ciudades; los estudios de huertos urbanos en Suecia y Sudáfrica (Colding, Barthel, y Ernstson, 2013), o en España (Del Viso, Fernández Casadevante y Morán, 2017; Barrera Algarín, Sarasola Sánchez Serrano y Malagón Siria, 2017) y Holanda (Polman et al., 2011). El estudio de esta temática desde la teoría de los bienes comunes es bastante novedosa y reciente, y demuestra que la autogestión propuesta por Ostrom en la pequeña escala es factible a este tipo de común como reflejan estos casos. En la siguiente tabla queda resumida esta temática.

Tabla 4. Apropiadores para los estudios sobre huertos urbanos y jardines comunes.

Autor	Apropiadores	País de estudio
Rogge y Theesfeld (2018)	Los habitantes de la aglomeración del Rhine-Ruhr tienen opción de utilizar estos jardines urbanos de forma colectiva.	Alemania
Colding, Barthel y Ernstson (2013)	Los habitantes de las ciudades en los que estos parques comunes están situados disfrutan de ellos paguen o no impuestos en las mismas, pero son de	Alemania, Holanda y Sudáfrica.

	propiedad comunal y como tal están protegidos.	
Del Viso, Fernández Casadevante y Morán (2017)	En este caso los vecinos de las zonas en las que están situados los huertos se autoorganizan para mantener y explotar los mismos.	España
Barrera Algarín, Sarasola Sánchez Serrano y Malagón Siria (2017)	Durante la crisis económica de 2008 se han creado estas iniciativas. Los apropiadores de estas son aquellas personas que tienen una situación económica complicada.	España.
Polman, Poppe, van der Schans y Douwe van der Ploeg (2011)	Los productores y consumidores de productos crean un espacio de encuentro para favorecer otra forma de agricultura y alimentación de forma autogestionada. Ellos son los apropiadores.	Holanda

Fuente: Elaboración propia en base a los artículos mencionados.

Otra temática que se ha denominado como NC es el estudio de la electricidad como bien común (ver tabla 5). En este caso el número de artículos que tratan esta temática es netamente inferior a los anteriores. Destacan los estudios de la cooperativa de energía Nordic, surgida tras la Segunda Guerra Mundial y desarrollada en Noruega, Dinamarca,

Suecia y Finlandia (Bäckman, 2011), y el sistema eléctrico desarrollado en el Reino Unido (Melville, et al., 2017). El estudio de la electricidad desde la perspectiva comunal es realmente un objeto de estudio nuevo y novedoso. Tradicionalmente ha sido tratado como un bien privado, pese a tratarse de un bien de primera necesidad en las sociedades actuales y ser un bien de difícil exclusión.

Tabla 5. Apropiadores y funcionamiento de los nuevos comunes energéticos estudiados.

Autor	Apropiadores	Funcionamiento
Bäckman (2011)	Una cooperativa de consumidores en la que tienen unos precios socialmente responsables y permiten el intercambio de energía.	Tiene gran importancia la cooperación entre países nórdicos favoreciendo el intercambio de energía para hacer sostenible este modelo energético.
Melville, Christie, Burningham, Way y Hampshire (2017)	Los ciudadanos concienciados con un modelo energético distinto se conforman en un proyecto energético distinto.	Cooperativa de energía en la que cada consumidor paga por la energía utilizada. La energía proviene de fuentes limpias. Tiene un impacto social y medioambiental positivo.

Fuente: Elaboración propia en base a los artículos mencionados.

Uno de los objetos de estudio de gran proyección en la literatura sobre NC es el estudio del patrimonio cultural. Desde el enfoque de bienes comunes se han analizado gran cantidad de iniciativas y colectividades, donde destacan los estudios de gestión del

patrimonio cultural en la zona Asia-Pacífico (Yan, 2010), y en España (Alonso González, Fernández Fernández y Macías Vázquez, 2016), el de la artesanía tradicional en Francia (Cominelli, 2011), el estudio de iniciativas culturales en España, Venezuela y Cuba (Palacios González, 2017), el caso de Goteo como producción cultural comunitaria (Solera Valera y Cabello Fernández-Delgado, 2015) o incluso el estudio del deporte como un común global (Donnelly, 2014). Cabe destacar también el estudio de modelos emergentes en la gestión de los comunes audiovisuales (Berlinguer et al., 2013). En la siguiente tabla se detallan algunos aspectos a destacar de estos estudios:

Tabla 6. Apropiadores y localización de los NC culturales.

Autor	Apropiadores	Bien estudiado y localización
Yan (2010)	Los habitantes de las zonas indígenas de la zona Asia-Pacífico acogidos al plan LEAP (Local Effort And Preservation-Asia/Pacific)	Patrimonio cultural estudiado en la región Asia-Pacífico
Alonso González, Fernández Fernández, y Macías Vázquez (2016)	Las personas que forman parte de la asociación La Ponte. El empleado de la misma sería productor en sentido de Ostrom.	Museo de patrimonio cultural en España

Cominelli (2011)	Los artesanos franceses que mantienen este bien de interés cultural como es la artesanía francesa	Artesanía en Francia
Palacios González (2017)	Los vecinos o participantes en las distintas asociaciones además de ser los apropiadores se tornan claves en el mantenimiento y buen funcionamiento de las asociaciones	Asociaciones culturales. España, Venezuela y Cuba.
Solera Navarro y Cabello Fernández-Delgado (2015)	Las personas o asociaciones que se benefician de los distintos crowdfunding para el mantenimiento o puesta en marcha de iniciativas o patrimonio cultural	Plataforma de apoyo y gestión de patrimonio cultural. España
Donnelly (2014)	El deporte es un común cultural que es apropiado por todas aquellas personas que realizan deporte en sus sociedades	Deporte como un común global
Berlinguer, Martínez, Fuster Morell y Subirats (2013)	Todas las personas que mantienen una relación con los distintos métodos de sostenibilidad	Globales focalizados en España

Fuente: Elaboración propia en base a los artículos mencionados.

Dentro de la proliferación de estudios y nuevos objetos de análisis en el campo de los comunes cabe señalar el del análisis de políticas públicas bajo la mirada de los bienes comunes. Destaca el estudio de la política británica que grava fiscalmente el uso del carbón como combustible fósil (Lacroix y Richards, 2015). Pero no sólo se evalúan políticas locales, sino que también es posible evaluar políticas públicas globales y que afectan al conjunto de la población mundial como es el caso de la evaluación del Protocolo de Montreal, cuyo objetivo es el mantenimiento de la capa de ozono, entendida como un común global, mediante el análisis de los logros y fracasos del tratado (Epstein, Pérez, Schoon y Meek, 2014). También se ha analizado las políticas de paz en México desde esta perspectiva (Merino y Cendejas, 2017).

Uno de los campos abiertos a estudiarse desde la perspectiva comunal es el de las cooperativas creadas para gestionar problemas comunes a una determinada sociedad. Un ejemplo de ello es el de la institución creada en Suecia para el manejo de la eutrofización, un problema medioambiental que afecta a todo el país, y que funciona de forma participativa desde sus inicios (Franzen et al., 2011). En Alemania se han creado cooperativas de vivienda para hacer frente a los posibles incrementos en el precio de la misma (Brandsen y Helderma, 2012), inspiradas en las creadas en Holanda, a partir de iniciativas de las organizaciones de la sociedad civil (OSC). Tienen una escala deliberadamente pequeña para facilitar la toma de decisiones en consonancia con la teoría de la acción colectiva (Olson, 1965). En Corea del Sur la existencia de una cooperativa comunitaria, iCOOP, que gestiona un parque natural sustituyendo la tradicional gestión a cargo del Estado ha sido estudiado bajo el marco del común (Keller, 2018). También se han creado cooperativas de gestión de recursos tradicionalmente estudiados con el enfoque de bienes comunes como en el caso de las tierras en Namibia (Bollig, 2016), en Sudáfrica (Vollan, 2012) o el caso ecuatoriano (Ruiz Ballesteros & Gual, 2012), que

proponen una gestión comunitaria igualitaria de un recurso material. El estudio de una alternativa feminista para la economía a través del enfoque de bienes comunes ha sido también objeto de estudio durante el periodo analizado en esta RSL (Łapniewska, 2014).

A raíz de la crisis de 2008, surgen multitud de iniciativas tendentes a la creación de espacios urbanos. Se concibe los barrios de las ciudades como bienes comunes, debido al incremento del sentimiento de pertenencia de la población a las iniciativas de cercanía ante la inestabilidad internacional. Muestra de esto son los estudios realizados para el caso español (Letelier, Micheletti y Vanhulst, 2016; Cabrerizo Sanz, Klett y García Bachiller, 2015), para el caso polaco (Łapniewska, 2017), para Alemania e India (Hagedorn y Reusswig, 2011), para Canadá (Robson, Sinclair y Diduck, 2015), para el caso malayo (Hoh, Chin Siong y Hishamuddin Mohd, 2016), para el caso de Israel (Rabinowitz, 2012) y para el caso chileno (Correa et al., 2018). Todos estos casos de estudio tienen en común la concepción de los barrios como bienes comunes a proteger y gestionar de manera colectiva por todos los vecinos, dando especial importancia a la acción colectiva.

Siguiendo la estela del objeto de estudio de los barrios como bien común, se analizan también los nuevos problemas a los que se enfrentan los barrios en la actualidad, tales como la turistificación o masificación de los mismos, y las soluciones propuestas como la creación de espacios públicos y libres de masificación llamados espacios públicos abiertos (POS o Public Open Spaces) en las que los apropiadores serán los habitantes habituales del barrio, proponiendo espacios que permitan descargar de masificación las zonas vecinales. Estas iniciativas han sido estudiadas de forma general (Hoh, Siong, Mohd y Fan, 2016), y en el caso concreto de Nepal (Singh y Keitsch, 2014).

Otras iniciativas colectivas ligadas a los sentimientos de pertenencia al barrio, que como consecuencia de la crisis de 2008 ha aumentado su importancia en las ciudades han sido

las monedas sociales o bancos de tiempo (Barrera Algarín, Sarasola Sánchez Serrano y Malagón Siria, 2017). En este sentido, las monedas sociales o bancos de tiempo no han sido los únicos objetos de estudio que se han visto fortalecidos con la crisis económica de los últimos años.

El estudio de casos acerca de la economía colaborativa y economía social han crecido en el campo de estudio del común. El estudio de casos de economía colaborativa se centra principalmente en recursos digitales tales como Wikipedia o Flickr (Fuster Morell, 2014; Bradley y Pargman, 2017; Norbutas y Corten, 2018), siendo recursos inmateriales que facilitan compartir información y datos de forma colaborativa. Dentro de esta dinámica, destacar los estudios centrados en los sistemas de producción de tecnología como Linux (Yu, Schach, Chen y Offutt, 2004) o los estudios de los comunes de la información e Internet (Mansell, 2013; Henry y Dietz, 2011; Ros-Gálvez y Rosa-García, 2015), cuyos apropiadores son los usuarios de estos métodos de información y comunicación y que en su mayoría están libres. A pesar de la importancia de estos tipos de NC en una sociedad del conocimiento (Vercellone, 2013), cabe destacar que estos análisis no señalan una característica fundamental: los nuevos comunes del conocimiento, lejos de desgastarse con su uso, se revalorizan (Macías Vázquez y Alonso González, 2015). El conocimiento y su tratamiento como bien común tendrá especial importancia en esta tesis doctoral. En cuanto a la economía social, destaca el estudio de los bancos de microcréditos y los bancos de desarrollo en Brasil (Hudon y Meyer, 2016) y a nivel mundial también se han realizado estudios (Travis Selmier II, 2016). Los apropiadores son los beneficiarios de los distintos proyectos de banca ética.

El tema de la alimentación sostenible y saludable está tomando cada vez más relevancia en las sociedades actuales y también han sido estudiados desde la perspectiva de los comunes (Marshall, 2015) y cuyos apropiadores son los propios habitantes (en este caso

de Camboya). También existen estudios de la alimentación como común que entienden la comida desde una lógica de la solidaridad y la ayuda mutua para lograr la alimentación esencial (Vivero Pol et al., 2019; Vivero Pol, 2019; Hirschman, 1997). Este último tema está siendo especialmente prolífico en el campo de estudio, adquiriendo especial relevancia.

De la unión de estos dos últimos objetos de estudio comunales, conocimiento y alimentación, se creará un nuevo marco de análisis que permitirá afrontar los problemas a los que en la actualidad se enfrentan las sociedades occidentales.

2.4. Conclusiones

Una vez realizada esta revisión sistemática de literatura se pueden destacar los siguientes aspectos.

En primer lugar, se observa que, a pesar de la innovación y la apertura en la temática de investigación, la mayoría de los estudios de caso realizados desde 2010 siguen teniendo como objeto de análisis comunes tradicionales, analizados a partir de las metodologías propuestas por el Análisis y Desarrollo Institucional (ADI). Estos estudios sobre los denominados NC están centrados en su mayoría en el continente europeo, debido a que responden a iniciativas surgidas a raíz de la crisis iniciada en 2008 y como respuesta colectiva a sus negativos efectos sobre la población.

La ingente literatura sobre los nuevos comunes no ha dado lugar a la unificación de metodologías para su análisis ni a una definición consensuada. No obstante, sí existe consenso en que existe una nueva temática de estudio con sus propias particularidades, dando lugar a lo que actualmente se conoce como NC. A pesar de la falta de consenso, en esta tesis doctoral se propone la siguiente definición de nuevos comunes: relaciones sociales, que pueden ser materiales o no, en las que tanto la rivalidad como la exclusión

de dichos bienes resultan difíciles. Además, no sólo no se degastan con el uso, sino que por el contrario se revalorizan. Los NC pueden entenderse, en cierto modo, como una crítica al modelo de estudio propuesto por Ostrom (1990) en el que únicamente se estudiaban recursos naturales con unas características muy determinadas, creando un marco muy cerrado que dificulta la innovación. Se puede afirmar que los nuevos comunes son una forma innovadora de estudio del común, entendiéndolo como algo amplio y con nuevas metodologías, siendo el principal exponente de estas nuevas metodologías las entrevistas en profundidad, la etnografía y el análisis mixto entre metodología cuantitativa y cualitativa.

Se entiende que el estudio del común no puede quedar estancado en los recursos de tipo natural ya que la sociedad está creando y desarrollando iniciativas de comunes muy provechosas para la comunidad y que el estudio de la alimentación, las nuevas formas de energía, el patrimonio cultural, los huertos y jardines urbanos o el conocimiento e Internet deben ser estudiados bajo el enfoque del común, adaptando la metodología a casos de estudio diferentes tal y como hemos visto en el enfoque de NC temáticos. Además, como señalan algunos de los trabajos analizados (Macías Vázquez y Alonso González, 2016; Hardt y Negri, 2009) es necesario dar un paso más en la concepción del común creando nuevas formas de entenderlo, menos condicionadas por el marco de referencia de Ostrom y que faciliten la innovación en el estudio de los bienes comunes, aprovechando las oportunidades que surgen desde el estudio de estos y que pueden desarrollar soluciones a problemas tan actuales como la despoblación de las zonas rurales en el conjunto de los países de la Unión Europea o la crisis agraria que tiene lugar en las economías occidentales (Serres, 2013).

Por tanto, la literatura en torno a los comunes debe girar alrededor de estas nuevas temáticas de estudio intentando crear un nuevo marco de referencia del estudio de los NC.

En este sentido, son muy provechosas las nuevas concepciones de los comunes como los vinculados al conocimiento, al material genético o la alimentación. A lo largo de esta tesis doctoral se llevarán a cabo estudios sobre la alimentación desde una perspectiva comunal en una economía donde el conocimiento tiene, cada vez más, mayores cuotas de importancia en el día a día, llegando incluso a denominarse la etapa actual como una economía basada en el conocimiento o capitalismo cognitivo (Rullani, 2004a; Vercellone, 2008; Pasquinelli, 2008). En esta etapa, la creación de valor viene determinada crecientemente por la gestión colectiva de los recursos inmateriales.

Se reconoce la labor de la profesora Ostrom en la investigación del común, pero la investigación en este campo debe superar una metodología de estudio del común que, a la vista de los estudios actuales analizados en esta RSL, se ha demostrado no explica completamente la fortaleza o debilidad de la gestión de los bienes comunes. Este éxito o fracaso depende a veces de factores externos a las propias instituciones comunales y es más cerrada en su concepción de aquello que puede ser considerado común. Así, debe superarse este programa de investigación en el sentido de Lakatos (1978), para lo que es muy valioso analizar los estudios que proponen una nueva línea de investigación que en este capítulo se han denominado NC conceptuales. En esta tesis doctoral se toma un enfoque de tratamiento de los bienes comunes totalmente distinto al enfoque de IAD. Esta tesis doctoral se sitúa en una superación de este marco de análisis yendo más allá en el estudio de los nuevos comunes. Se propone un nuevo marco de referencia sobre la forma de análisis. Lejos de ser un marco normativo, esta tesis doctoral propone alejarse de los análisis de una serie de principios de diseño para actuar sobre lo que realmente son nuevos comunes. Estos nuevos comunes no son instituciones similares entre sí, por lo que no es posible establecer unos principios de diseño institucional similares para todos.

Se hace necesario avanzar en el estudio de los comunes inmateriales, más si cabe en una economía postindustrial como la actual, en la que el valor de todo proceso productivo se genera especialmente a través de la gestión de recursos inmateriales. Se entiende y refiere por economía postindustrial o sociedad del conocimiento aquella forma de organización social donde se produce un avance hacia una economía de servicios y la prominencia de las clases profesionales y técnicas (Pasquinelli, 2009). También se utiliza el conocimiento teórico para la formación de políticas educativas y de investigación y desarrollo.

La nueva sociedad surgida con la economía del conocimiento se visualizará como cambiando de una actividad como la producción mecanizada de bienes materiales a la producción del conocimiento, cambiando las instituciones primarias, de lo económico a lo intelectual (Bell, 1973). Cada vez resulta de mayor importancia el aspecto inmaterial en las sociedades actuales, en las que el conocimiento juega un papel fundamental. El sistema económico actual ha mutado hacia lo que en la literatura económica se ha denominado “capitalismo cognitivo” (Moulier Boutang, 2004). Se hace necesario en este punto conocer a qué hace referencia exactamente este término. A fin de poder conocer profundamente las implicaciones que este término posee, en el siguiente capítulo se intentará desarrollar esta idea. El objetivo del capítulo es poder entender la importancia del conocimiento en nuestra sociedad y el sentido de este nuevo tipo de capitalismo.

Otro de los bienes comunes analizados con especial interés por parte de la literatura académica es la alimentación. Se ha analizado la alimentación desde una perspectiva comunal. Resulta de especial interés conocer cómo se está gestionando de manera colectiva el hecho alimentario. Para ello, se hace necesario conocer los mecanismos de gobernanza agroalimentaria que actualmente tienen un mayor peso específico sobre los sistemas agroalimentarios locales, especialmente en los países analizados en esta tesis doctoral. Estos mecanismos principalmente son las denominaciones de origen y las redes

alimentarias alternativas que se presentarán en el capítulo 3. Aunque si bien es cierto, en otros países del norte y este de Europa estas figuras de gobernanza son aún incipientes.

CAPÍTULO 3. EL CAPITALISMO COGNITIVO. TRANSFORMACIONES DE LA SOCIEDAD BASADA EN EL CONOCIMIENTO.

3.1. ¿Capitalismo cognitivo o economía basada en el conocimiento?

En la literatura existente acerca de la llamada economía del conocimiento se utilizan principalmente dos términos. Por un lado, el término capitalismo cognitivo, y por otro, economía basada en el conocimiento. Si nos adentramos en este campo de estudio, es probable que pensemos que ambos términos pueden referirse a la misma situación o esquema. El objetivo de este apartado será discernir ambos términos y comprobar si realmente se refieren a un mismo hecho.

El término capitalismo cognitivo fue acuñado en el inicio de la década de los noventa del siglo pasado, por la corriente posobrerista (o autonomista) italiana, que encontraron en las nuevas formas de trabajo y de valorización económica el caldo de cultivo perfecto para proponer un nuevo término que definiese el capitalismo tras la caída del bloque soviético (Fumagalli, 2010). El término capitalismo es sustantivo al dar el contenido fundamental a la lógica del sistema económico, basada en la acumulación de capital como propulsor de la ganancia a partir de la relación salarial, o más precisamente, a partir de la mercantilización de la fuerza de trabajo sobre la que se perpetúa la extracción del plusvalor. El término cognitivo es contingente, accidental. Califica el capitalismo, no lo define, no lo fundamenta. Hace referencia a la hegemonización (y no homogenización) de las nuevas condiciones del trabajo y las contradicciones que esto genera en los procesos de valorización del capital (las nuevas fuentes del valor) y en las formas de propiedad y control sobre las cuales se construyen las bases de la acumulación del capital (Maniglio, 2016).

A pesar de su carácter contingente y accidental en la fórmula, el carácter cognitivo del capitalismo contemporáneo pone de relieve una contradicción fundamental en la lógica de un sistema económico, lo cual remarca su relevancia analítica en términos históricos. Como decimos, en términos sustanciales el capitalismo hace referencia a una lógica de mercantilización y privatización de la riqueza social. Sin embargo, cuando nos referimos a la emergencia de lo cognitivo, realmente estamos poniendo de relieve que las nuevas formas de valorización y de trabajo escapan a la lógica mercantil y privatizadora, nos están advirtiendo que las nuevas formas de generar riqueza tienen un carácter más social, propias de un sistema económico con un carácter más socializado que el capitalismo. De ahí, que en las últimas décadas los gobiernos inevitablemente tengan que recurrir a medidas políticas (como la renta básica o un ingreso mínimo vital) que, en términos sustantivos, se corresponderían con la lógica de otro tipo de sistema económico.

En este sentido, Vercellone (2008) subraya que el término capitalismo hace referencia a la invariabilidad y mantenimiento de las estructuras propias del sistema capitalista, y el papel impulsor de la ganancia y la relación salarial sobre las cuales descansa la extracción del trabajo excedente. El término capitalismo designa entonces el carácter necesario de las variables fundamentales del modo de producción capitalista – en particular el papel motriz de la ganancia privada y la tendencia a transformar el conjunto de los bienes en capital y mercancías ficticias. Sin embargo, el término cognitivo hace referencia, desde su punto de vista, al cambio producido en la naturaleza de la relación capital-trabajo y las formas de propiedad sobre las que descansa la acumulación de capital. Por tanto, el concepto de capitalismo cognitivo que propone Vercellone (2013) caracteriza los conflictos emergentes y la nueva naturaleza de las contradicciones que esta transformación genera. Esto tanto en el plano de la organización del trabajo, como del antagonismo siempre marcado entre el carácter social de la producción y el carácter

privado de la apropiación. Para Vercellone (2013) el término cognitivo no es un adjetivo de capitalismo, sino que hace referencia, en cambio, a la dimensión siempre más inmaterial y cognitiva del trabajo y de su producto, del cual, el empresario capitalista intenta apropiarse.

A pesar de la importancia del término, no todos los autores están de acuerdo en la utilización del mismo. Christian Fuchs, por ejemplo, propone el término capitalismo informacional: “la noción de capitalismo informacional es preferible a la del capitalismo cognitivo porque se basa en una dialéctica sujeto-objeto, mientras que el concepto de capitalismo cognitivo que ha sido introducido por el marxismo autonomista es subjetivista e idealista” (Fuchs, 2011: 113).

La construcción intelectual del término es tan cambiante en su forma y su semántica que es necesario una correcta contextualización para evitar disociaciones teóricas. En este sentido, “el capitalismo cognitivo no debe, sin embargo, ser visto como una fuerza universalizadora que hace que todo sea igual en todas partes; más bien es un nuevo tipo de dinámica institucionalizada en nuestras sociedades” (Høstaker y Vabø, 2005: 240). Por ello, es importante contextualizarlo en cada realidad concreta, analizar cómo se encarna, se incrusta, con las instituciones específicas de cada territorio. Sin olvidar, como estamos diciendo, que la conceptualización de capitalismo cognitivo va más allá, implica aspectos más globales de la dinámica económica, haciendo parte de la crítica al sistema capitalista y su forma de explotación y extracción del beneficio, en la medida en que se están volviendo anacrónicas respecto al empuje socializador de las nuevas formas de trabajo inmaterial.

En el capitalismo cognitivo, el carácter inmaterial de la producción se vuelve hegemónico y rescata la potencialidad socioeconómica de un trabajo vivo, que puede producir sin

necesidad de medios de producción suministrados por el capital (Cocco y de Oliveira, 2009). Es más, según Rindermann (2012), la economía moderna se basa en los recursos cognitivos de su fuerza laboral de todos y cada uno de los trabajadores, se encuentre o no contratados. Así, la riqueza económica en el sistema actual es directamente riqueza cognitiva. No obstante, la relación laboral continúa siendo esencial en la vida social de los participantes en este sistema, precisamente porque seguimos viviendo en un sistema capitalista. Nos encontramos ante una contradicción esencial en lo que respecta a la esfera del trabajo, que, con el desarrollo del capitalismo cognitivo, está dando lugar a una situación donde la remuneración del trabajo se traduce cada vez más en remuneración de la vida. En consecuencia, lo que en el fordismo era el salario, hoy, en el capitalismo cognitivo, se torna ingreso de existencia (renta básica de subsistencia) y el conflicto social en ciernes ya no se reduce simplemente a la lucha por unos salarios altos. El conflicto reside en la lucha por una continuidad incondicionada del ingreso, que prescindiera de la actividad laboral certificada por algún tipo de contrato de trabajo (Fumagalli, 2010).

El concepto de economía basada en el conocimiento por su parte tiene un carácter más empírico, más fenomenológico. Ha sido el resultado de un fuerte reconocimiento del rol que la tecnología y el conocimiento tienen en el crecimiento económico y en la puesta en valor de la producción material. Particularmente, durante la década de los noventa comenzaron a circular varias publicaciones de carácter académico, gubernamental y de negocios que comenzaron a acuñar el término y que reconocían que las actividades económicas estaban siendo transformadas por los avances en las tecnologías de la información y la comunicación (David y Foray, 2002). Además, éste es un término fuertemente impulsado desde el Banco Mundial y la OCDE. Por un lado, el Banco Mundial (2003) señala que, en la nueva economía, el conocimiento es creado, adquirido, transmitido y utilizado con mayor efectividad por los individuos, las organizaciones y las

comunidades para promover el desarrollo económico y social. Por otro lado, la OCDE (2002) define a las economías del conocimiento como aquellas basadas directamente en la producción, distribución y uso del conocimiento y la información, y que están apoyadas por los rápidos avances de la ciencia y de las tecnologías de la comunicación y la información.

En ese sentido, bajo las definiciones expuestas por los organismos internacionales se acuña el término “economía basada en el conocimiento”. La mayoría de los trabajadores de esa “nueva economía” no producen ningún producto tangible, sino que continuamente están transformando conocimientos e información en nuevo conocimiento para los que existe un mercado. Además, bajo estas nuevas condiciones económicas hay una velocidad mucho mayor en la difusión de la información y el conocimiento, por lo que una habilidad altamente demandada de los trabajadores del conocimiento es seleccionar e interpretar la nueva información y conocimiento, y traducirlo dinámicamente a actividades redituables (Castells, 2000).

Por tanto, podríamos señalar que el término economía basada en el conocimiento genera y fomenta el sistema mediante el cual las TICs cada vez tienen un peso mayor en una economía dinámica y escasamente material, en la que la velocidad de transmisión de la información y las comunicaciones tiene un peso en la creación de riqueza cada vez mayor (Rullani, 2004a). En este sentido, la dimensión tecnológica, más que social, tiene un carácter fundamental. Sin embargo, el término capitalismo cognitivo nace como una crítica social específica al capitalismo y en especial a la vertiente del mismo que se está desarrollando con el fomento de las TICs. Para los académicos que acuñaron este término, la acumulación de capital no se entendería sin hacer referencia a la lógica fundamental de este sistema, es decir, la explotación del trabajador y la extracción de plusvalor a través del trabajo (Vercellone, 2004). Poniendo de relieve, además, las nuevas formas de

extracción del plusvalor y de valorización económica, que serán de enorme importancia para analizar los desafíos que enfrentan los sistemas agroalimentarios en la etapa actual.

Por ello, en esta tesis doctoral tomaremos como término de referencia el llamado capitalismo cognitivo, ya que se entiende tiene unas mayores implicaciones y contiene un marco de análisis más cercano a la realidad. Particularmente, nos centraremos en la explicación que se realiza desde este enfoque a la acumulación de riqueza y generación de valor. Por otro lado, tal como analizamos en el capítulo anterior, cabe recordar que el conocimiento ha sido analizado desde el marco de análisis del común por algunos trabajos académicos (Macías Vázquez y Alonso González, 2016; Hess y Ostrom, 2007; Madison et al., 2019), lo cual nos permitirá analizar posteriormente cómo el desarrollo de un capitalismo cognitivo afecta al desarrollo de las sociedades que han utilizado la gestión colectiva de los bienes comunes para subsistir materialmente.

3.2. Conocimiento, capitalismo y bienes comunes

En el curso de los últimos siglos, especialmente a partir de la revolución científica del siglo XVII, el conocimiento ha jugado su papel en la objetivación del mundo, adaptando la naturaleza y los hombres a las necesidades de la producción capitalista. Así, en el capitalismo moderno el conocimiento se ha convertido en un factor de producción necesario, tanto como el trabajo o como el capital. Vivimos pues, en una época en la que el conocimiento y la información forman crecientemente parte esencial de nuestras vidas. Hoy en día, la mayoría de nosotros trabajamos frente a un ordenador, conectados a Internet, mediante el cual el acceso al conocimiento es prácticamente inmediato. El trabajo tenderá, cada vez más, a ser de carácter “inmaterial” y “cognitivo”, como respuesta a las transformaciones tecnológicas en curso (Hardt y Negri, 2002).

La creación de conocimiento y la expansión del mismo es una de las principales formas de creación de valor en las sociedades que han alcanzado un mayor nivel de desarrollo material. Este modelo de creación de valor se yuxtapone con economías manufactureras que, a pesar de poseer mucho conocimiento y know-how, dedican la mayor parte de su producción a bienes de consumo (Fumagalli, 2010). La generación de conocimiento y su difusión espacial a través de los procesos de aprendizaje y las economías de red son las características básicas del capitalismo cognitivo (Fumagalli y Lucarelli, 2007). Así, se combinan, no sin tensiones y conflictos, los métodos tradicionales de la expropiación del común (la llamada acumulación originaria) y, por otro lado, los nuevos mecanismos de transformación en mercancías, y por tanto en beneficio privado, de la totalidad del mundo de la vida y del pensamiento. Asistimos, así, a una nueva dinámica de privatización, parasitaria, de lo común, que subsume en una lógica mercantil tanto los saberes tradicionales como los saberes nuevos de la emergente economía del conocimiento (Vercellone, 2007). A lo largo de toda la economía-mundo, se reduce el conocimiento social a un simple modo de cálculo y de control técnico, lo que implica lamentablemente una pérdida potencial de recursos, una renuncia a la riqueza social (no solamente privada) que el aprovechamiento del conocimiento trae aparejado. En realidad, la modernización capitalista ha reprimido la variedad, la variabilidad y la indeterminación del mundo, para conformarlo a las exigencias de la producción y del mercado (Rullani, 2002).

El crecimiento del trabajo inmaterial, considerado por la ortodoxia marxista como improductivo, ha experimentado un incremento significativo en el último siglo. Sin embargo, siendo rigurosos, para Marx es productivo todo acto creador de plusvalor, esto es, que tiene por resultado la producción de mercancías, valores de uso que poseen una forma social específica, autonomizada de los productores y de los consumidores y que, por lo tanto, adquiere una vida propia, independiente, en el intervalo entre producción y

consumo, circulando durante este intervalo como mercancías susceptibles de ser vendidas (Blondeau, 2004). Con ello, Marx está haciendo referencia al carácter fetichista de la sociedad capitalista. En el caso del capitalismo cognitivo, este carácter fetichista se acrecienta y toma nuevas formas específicas. Así, por ejemplo, el lenguaje, los afectos, los significados, los valores éticos, las representaciones sociales en general, pueden adquirir la forma social de mercancías, poniendo en evidencia lo que venimos señalando con anterioridad, que el carácter crecientemente social de la producción de riqueza en el capitalismo cognitivo implica necesariamente una mercantilización de todas las dimensiones de la vida y del pensamiento. Por ello, la actividad productiva en dicho capitalismo se realiza de acuerdo con nuevas modalidades organizativas, donde predominan las estructuras en forma de red, beneficiándose crecientemente del desarrollo de mercancías comunicativas tanto lingüísticas como no lingüísticas (Fumagalli y Lucarelli, 2007).

En consecuencia, bajo esta nueva definición de lo que significa producir mercancías, tanto artistas como científicos teóricos, tanto escritores como creadores de contenido audiovisual, serían en realidad trabajadores productivos (Blondeau, 2007). Imaginemos un científico que en el desarrollo de su actividad investigadora desarrolla la fórmula para un fármaco que puede curar una enfermedad letal. Esta fórmula puede circular, intercambiarse o incluso venderse, por lo que la obra del científico pasaría a objetivarse en una mercancía y a trascender a su autor. ¿Pasaría el científico a ser trabajador asalariado y productor de plusvalor? Por tanto, ¿es el trabajo inmaterial además de fuente de productividad, trabajo productivo en sí mismo? Pero realmente no es el trabajador el que se vende en sí mismo (no es un esclavo, ni un siervo feudal), vende una parte de su tiempo de trabajo que se objetiva en la mercancía.

Sin embargo, existe una diferencia específica respecto al capitalismo manufacturero anteriormente hegemónico. En las actividades ligadas a los sectores inmateriales de la economía, el asalariado no puede ser *explotado* verdaderamente de su mercancía, incluso si esta se objetiva. Esto es debido a que en un bien inmaterial su propia naturaleza es inapropiable (no es posible realizar un cercamiento completo sobre un bien inmaterial). Su valor no reside ni está fundado en la lógica de la escasez, sobre la dificultad para la adquisición de materias primas para su producción y los medios útiles necesarios. A pesar de esto, asistimos nuevamente a la emergencia de una nueva contradicción sustancial en el sistema económico, pues no se han abandonado los instrumentos de la economía de la escasez (Fumagalli y Lucarelli, 2007). En otros términos: el valor del conocimiento no es el fruto de su escasez —natural—, sino que se desprende únicamente de restricciones institucionales que, en los hechos, establecen una escasez artificial respecto del acceso al conocimiento (Rullani, 2004b). Esta característica del conocimiento, el carácter artificial de su escasez, rompe con el marco conceptual establecido sobre bienes comunes tradicionales donde sí que existía una rivalidad por su uso. Por lo tanto, la construcción social del conocimiento como bien común se fundamenta en una lógica muy diferente a la de los bienes comunes tradicionales. En el conocimiento como bien común, la maximización del valor se logra explotando un recurso a un ritmo similar a sus capacidades de reproducción, sin riesgo de incurrir en una dinámica trágica por agotamiento del recurso (Macías Vázquez y Alonso González, 2016).

La información no entra dentro de la lógica del consumo rival¹⁰ que reposa sobre la “economía de la escasez” (Lévy, 1995). Si una información es transmitida no es perdida por el propietario-emisor de la misma, y si es utilizada por el consumidor-receptor

¹⁰ Consumo rival en tanto a que una vez un bien ha sido utilizado por un consumidor este se destruye y no queda disponible para otro consumidor.

tampoco se destruye. Se podría considerar, como hemos visto en el bloque anterior, un bien común, en este caso, inapropiable. Intentar apropiarse de lo inapropiable sería el equivalente a intentar la privatización del teorema de Pitágoras o el carbono 14 (Blondeau, 2004). ¿Tendría sentido el cercamiento y la apropiación de la ciencia y de las grandes ideas que hacen avanzar la técnica y la civilización? ¿Qué pasaría si ningún investigador pudiera tener acceso abierto a los avances obtenidos anteriormente por sus colegas?

La información y el conocimiento forman parte de lo que podríamos considerar una economía de la abundancia (Blondeau, 2004). Son un tipo de bienes que mientras son transmitidos y utilizados no solo no se desgastan, sino que se revalorizan. Pensemos en el ejemplo de Linux. Linux, como sistema operativo de software libre, no solo permite la distribución y uso de su software, sino que además permite la modificación de sus códigos bases y fomenta la comunicación entre creadores y consumidores para mejorar el producto. Sin embargo, el principal competidor de Linux, Microsoft, no permite ni la modificación ni el acceso a los datos y modificación de la base de su software. Es considerado por esta empresa como un producto acabado, que por definición no puede evolucionar sin autorización del propietario y solamente puede ser consumido (Corsani, 2004). Así, mientras Linux tiene como estrategia distribuir rápidamente una versión abierta del software e implicar a un número importante de usuarios en el trabajo de mejora del producto, Microsoft no lo permite. Como resultado, se ve en la actualidad como cada vez son más los usuarios con altas dosis de conocimiento que colaboran en la mejora de Linux, abandonando Microsoft. Es decir, la estrategia de Linux le permite aprovechar en mejores condiciones el conocimiento generado por sus usuarios altamente cualificados, poniendo de relieve que en la economía del conocimiento no existe una frontera nítida entre la producción y el consumo, sino que el consumidor, el usuario, puede producir un

conocimiento tan relevante como el generado en el mundo de la producción propiamente dicho.

Así, el conocimiento no se construye como un bien común mediante el diseño de derechos de propiedad que intentan evitar dilemas sociales que pueden poner en peligro su conservación (David, 2001; Rose, 1986; Pasquinelli, 2008). En realidad, los dilemas sociales que se generan en la construcción de este tipo de bienes comunes poseen otra naturaleza. Debido al comportamiento individualista, atomizado y aislado del productor capitalista, el sujeto individual accede al mercado de forma independiente. La cooperación puede darse en el ámbito de la unidad productiva (por ejemplo, dentro de una empresa), mediante la división técnica del trabajo; pero es inviable, contradice la lógica del capitalismo, que la cooperación pueda darse a nivel social, más allá de la mera coordinación del mercado y siempre bajo la condición de maximizar las ganancias de los productores implicados. Pero con la innovación que ha supuesto el ordenador personal, ya no cabe atribuir a un empresario innovador schumpeteriano, animado por la lógica de un beneficio diferencial en relación a sus competidores, el origen de una innovación tecnológica fundamental. Son las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, las que orquestarán inevitablemente nuevas formas de cooperación social (Corsani, 2004). Así, la cooperación económica deja de recluirse en el ámbito estrecho de la división técnica del trabajo de la unidad productiva y pasa, necesariamente, a articularse en el plano social. Si no ocurre así, la economía del conocimiento enfrenta serios dilemas sociales, que la abocan peligrosamente al terreno del estancamiento e incluso del agotamiento de los recursos cognitivos. Con el surgimiento y fortalecimiento de estas tecnologías, la mutación producida en el sistema es más social que técnica, ya que la producción social de la riqueza tiene como núcleo de su dinamismo y del crecimiento la innovación y la cooperación social.

Cuanto más trabas se ponen a los procesos de cooperación social en una economía del conocimiento, más riesgo existe de que la producción de conocimiento se bloquee. Cuanto mayor sea la difusión del conocimiento, mayores serán las oportunidades potenciales para valorizar el capital, a pesar de su lógica privatizadora apunta a lo contrario. Por ejemplo, todo lo que tiene que ver con la regulación de los derechos de propiedad intelectual juega un papel estratégico en el futuro del capitalismo, equiparable a la función que jugaron los derechos de propiedad privada en el origen de dicho sistema económico (Rodríguez y Sánchez, 2004). Es importante tener en cuenta, para terminar, que la generación de valor, en el capitalismo cognitivo, no deriva exclusivamente de la inversión de capital (Fumagalli, 2007). El conocimiento no es un factor productivo más, que se agrega a la unidad productiva, como si fuera capital, tierra o trabajo (Macías Vázquez y Alonso González, 2016; Marazzi, 2008; Virno, 2003). En realidad, en la economía actual perfectamente puede ocurrir que una inversión de capital no alcance el desempeño económico esperado, precisamente por la irrupción de dilemas sociales en la producción de conocimiento. Como analizaremos en los estudios de caso, este tipo de problemáticas se genera cuando no cuidamos la inversión en conocimiento como bien común, teniendo en cuenta su carácter inmediatamente social. No se trata solamente de tomar en consideración que el conocimiento se encuentra inserto intrínsecamente en el capital o en el trabajo (como se sostiene en algunas teorías económicas), sino que el conocimiento es más que un factor de producción. Es decir, no basta con que sea gestionado en el ámbito técnico de la unidad productiva, aplicando estrategias de gestión empresarial más holísticas. Esto no es suficiente. En verdad, resulta necesario tener en cuenta lo que decíamos anteriormente, que solamente mediante la cooperación social sin restricciones puede desplegar todo su potencial y contribuir de forma manifiesta al

desempeño económico. En el ámbito de las producciones agroalimentarias locales, esta cuestión va a resultar decisiva.

3.3. ¿Acceso libre o cercamiento del conocimiento?

Desde un punto de vista económico, una de las características fundamentales del conocimiento es que se trata de un recurso cuyo rendimiento creciente va asociado a su acumulación, es decir, a su uso y a una mayor experiencia en su producción y gestión. Esto implica que muchas economías, nacionales o locales, cuando se ven marginadas de los procesos de producción de conocimiento, se vean abocadas a procesos de “desconexión forzada” como resultado de no ser capaces de remontar este tipo de desventajas en el terreno de la acumulación de experiencias cognitivas (Vercellone, 2004). Este tipo de dinámicas crecientemente desiguales tiende a agravarse por la aparición de bienes sustitutivos en el mercado. Así, por ejemplo, la revolución biotecnológica ha permitido a los países desarrollados materialmente reemplazar, o adaptar mercancías que tradicionalmente eran importadas desde países o economías periféricas, obligando a estos territorios a esa desconexión progresiva. En realidad, esta desconexión es estimulada por la propia heterogeneidad estructural entre los tejidos productivos de dichas economías. En el caso de los territorios periféricos, más enfocados a materias primas e industrias de bajo nivel tecnológico, su producción es fácilmente sustituible, mientras que siguen forzados a consumir productos de alto nivel tecnológico producidos por las economías más dinámicas (Mouhoud, 2002). Por tanto, podríamos considerar que el crecimiento de una sociedad basada en el conocimiento no sólo no ha favorecido el desarrollo material de las economías periféricas (ya sean países o regiones), sino que por el contrario ha favorecido evoluciones más desiguales.

Pero aún hay más. Lejos de reducirse la expulsión de la senda del desarrollo solamente a la esfera de la imposibilidad material de generar nuevo conocimiento, también se establecen los mecanismos para evitar que el conocimiento generado por las economías más desarrolladas pueda ser reproducido en las menos desarrolladas. Es decir, la expulsión, la desconexión, no se produce solamente como resultado de quedar rezagado en la producción del conocimiento, sino que se recurre a todos los medios para impedir que se pueda reproducir el conocimiento previamente generado en economías centrales, algo que podría ser perfectamente posible teniendo en cuenta el coste marginal cero de la reproducción de muchos conocimientos mediante tecnologías digitales. Por este motivo, se establecen los denominados «cercamientos del saber», cuyos pivotes son el refuerzo de los derechos de propiedad intelectual, las patentes sobre la vida y la biopiratería de los saberes tradicionales (Vercellone, 2004). En realidad, en tanto el coste marginal de «reproducción» de estos bienes y servicios intensivos en conocimiento queda reducido a cero, estos bienes deberían ser cedidos gratuitamente, justificando una economía más democrática y social. En verdad, no existe ningún argumento consistente para impedir su reproducción y su difusión, especialmente cuando pueden solucionarse graves problemas sociales (pensemos, por ejemplo, en la situación creada por las patentes sobre medicamentos que, en muchos casos, pueden haber sido producidos a partir de la expropiación previa de saberes indígenas sobre los principios activos de determinadas plantas). Sin embargo, lamentablemente ocurre todo lo contrario: la economía no se hace más democrática, sino más desigual. Se justifica ideológicamente el uso de estos nuevos «cercamientos del saber» y la exclusión de grandes mayorías sociales respecto a los beneficios de la nueva división cognitiva del trabajo, en aras al supuesto esfuerzo

innovador empresarial (schumpeteriano) asociado a la producción de dicho conocimiento¹¹ (Vercellone, 2007).

Es cierto que, más allá del coste marginal cero en la reproducción del conocimiento en medios digitales, siempre existe una inversión inicial necesaria para generar un nuevo conocimiento. De hecho, se podría argumentar que la restricción de la reproducción mediante cercamientos podría representar un mecanismo para recuperar dicha inversión inicial. Pero, más allá de estos efectos de corto plazo, en el largo plazo estas medidas resultan enormemente contraproducentes, precisamente por el carácter directamente social de la producción cognitiva¹². Esta dinámica desigual en la producción de conocimiento y estos obstáculos añadidos artificialmente a su difusión, por las mismas razones que consideramos anteriormente, necesariamente conllevarán el surgimiento de complejos dilemas sociales que implicarán un crecimiento de la economía cognitiva muy por debajo de su potencial. La reducción de las desigualdades, la democratización económica y la igualdad de acceso son condiciones necesarias para la difusión del saber y el impulso de una economía del conocimiento. De esta forma, se hace necesaria la ruptura con la actual regulación neoliberal fundada en los «cercamientos» del saber, mediante patentes y marcas, y en la captación de lo cognitivo en provecho de lo financiero. El conocimiento genera valor si es difuso pero la difusión tiende a reducir su

¹¹ Subrayamos esta justificación ideológica de los cercamientos del saber, atendiendo al coste marginal cero de la difusión del conocimiento. Así, reproducir una canción en una plataforma digital no tiene ningún coste marginal, como sí existía cuando la única forma de poder escuchar dicha canción era comprando el disco donde se encontraba incluida. Pero el carácter ideológico de dichos cercamientos va más allá, ya que su utilización encubre el carácter directamente social de la producción del conocimiento como bien común. Pongamos un ejemplo. Cuando un escritor escribe un libro, ya sea un ensayo o una novela, para su elaboración recurre necesariamente a los conocimientos, a las experiencias, a los significados, etc. de otros miembros de la sociedad. Aunque dicho escritor (o su empresa editorial) pueda beneficiarse en exclusiva de la producción de dicha obra mediante el uso de cercamientos del saber, como pueden ser los derechos de autor; en realidad los beneficios generados deberían distribuirse entre todos los agentes participantes en la producción del libro.

¹² En realidad, este argumento se vería reforzado si tenemos en cuenta (como analizamos en la nota anterior respecto a la producción de un libro o en la propia realidad de los saberes indígenas medicinales) que mucha producción de conocimiento encubre procesos de expropiación del mismo.

grado de apropiabilidad (Rullani, 2004b), lo cual pone de manifiesto que los cercamientos representan un obstáculo al desarrollo de este tipo de economías.

En consecuencia, aquí subyace la gran dicotomía: ¿pretendemos un acceso libre al conocimiento científico y a la información, sin ningún tipo de barreras, que permita que cualquier colega de profesión pueda acceder a él en cualquier momento y, de esta forma, fomentar la mejora de la técnica?, ¿o por el contrario se prefiere el cercamiento del conocimiento y el acceso mediante el pago, haciendo mediante este pago desigual el acceso, pudiendo suceder que un gran científico sin medios a su alcance no pueda mejorar el conocimiento existente?

3.4. La gobernanza de una economía cognitiva

Dadas las amenazas existentes para la gestión del conocimiento como bien común, dos conclusiones teóricas nos resultan fundamentales para avanzar hacia una nueva concepción de la gobernanza de una economía cognitiva, especialmente si atendemos a la problemática específica de los sistemas agroalimentarios locales (que analizaremos más adelante). Por un lado, que la producción de conocimiento se fundamenta en un proceso que se construye a nivel social a partir de un proceso de cooperación entre una multiplicidad de flujos de creencias y deseos sociales que se asocian de una manera siempre novedosa y original. Por otro lado, que el proceso de valorización del conocimiento es un resultado de la propagación creativa del mismo, pero entendiendo que dicha propagación se sostiene sobre todo en los recursos culturales y sociales compartidos, y no tanto en los mecanismos de coordinación del mercado y de división del trabajo en el ámbito de las unidades productivas.

En consecuencia, consideramos que el conocimiento se origina y se desarrolla como un fenómeno difuso y distribuido en el sistema social, no contenido en un circuito cerrado. Este carácter difuso y distribuido no puede interpretarse como una característica a controlar, modulable mediante intervenciones políticas exógenas, sino como una propiedad esencial del conocimiento. No obstante, la mayor parte de los actuales mecanismos de gobernanza busca gestionar intensivamente el conocimiento en circuitos cerrados. En ciertos casos, se considera obvio que el conocimiento es generado en una empresa privada y que -a partir de ahí- el conocimiento se puede derramar hacia otros ámbitos. Ante esta situación, se busca que los mecanismos de gobernanza se preocupen especialmente de proteger y compensar a las empresas que supuestamente focalizan dicha producción de conocimiento (Foray, 2006). En otros casos, se reconoce que la generación de conocimiento puede apoyarse en economías externas (Dunning, 2000; Lundwall, 1992). Cuando ocurre esto, las estrategias de clusterización territorial buscan establecer mecanismos que permitan captar a las empresas dichas economías en beneficio propio, de forma privada (Porter, 1989).

En ambos casos, las élites capitalistas recurren cada vez más a estrategias de carácter rentista para transformar en ganancias la producción de valor asociada a la producción social de conocimiento (Vercellone, 2010). De esta forma, renuncian a la generación de un mayor valor global, lo que va unido necesariamente a la propagación del conocimiento en el territorio (Magnaghi, 2012; Rullani, 2004a). Pero, en contrapartida, las élites consiguen una apropiación más sencilla y directa del valor, pues dichas estrategias pretenden que las élites capitalistas puedan controlar la dinámica del mercado fortaleciendo su poder económico mediante la generación artificial de escasez. Aunque, como analiza Braudel (1982), estas estrategias de carácter rentista no representan ninguna

novedad histórica. En el capitalismo antropogenético actualmente dominante, las mismas han cambiado afectando a la lógica de la gobernanza económica (Marazzi, 2011).

Como apunta Harvey (2005), el neoliberalismo no ha supuesto una ampliación de la capacidad de producción de valor en el marco de las empresas, sino un proceso pronunciado de redistribución regresiva mediante un fortalecimiento del poder económico de los ricos que se expresa, entre otros procesos, en la expropiación y la privatización de bienes comunes. Para lograr esta redistribución en favor de los ricos, la financiarización de la economía juega un rol decisivo (Marazzi, 2011). Para comprender el significado del proceso de financiarización, es importante distinguir la lógica de funcionamiento de los mercados financieros en el mundo de hoy de la lógica existente en otras épocas. Actualmente, la financiarización no puede concebirse exclusivamente como una desviación improductiva o parasitaria de porciones crecientes de plusvalor y de ahorro colectivo, sino como una forma de acumulación de capital simétrica a los nuevos procesos de producción de valor. Estos nuevos procesos de producción de valor, asociados principalmente a la concepción antropogenética de la economía, no pueden ser explotados por las élites capitalistas bajo las formas tradicionales de extracción del valor que se han desarrollado especialmente bajo el fordismo. Para conseguirlo, la financiarización irrumpe de forma invasiva en todos los ámbitos de la vida, con toda una serie de instrumentos que permiten privatizar el valor generado en la esfera de lo común. En el ámbito del conocimiento, estos instrumentos recorren todo el proceso que va de la producción al uso. Así, asistimos a la constitución de fondos de capital-riesgo para financiar la investigación científico-tecnológica, a la aplicación de tecnologías basadas en el crowdsourcing, a la creación de mercados e índices bursátiles vinculados con la economía del conocimiento. Por otro lado, instrumentos tradicionales, como las patentes o los derechos de propiedad intelectual, se ven sometidos más férreamente a la lógica de

la valorización financiera (por ejemplo, la evolución de la cotización bursátil de una empresa farmacéutica puede estar condicionada por el reconocimiento de una patente o la aprobación de un medicamento por las autoridades respectivas).

En términos de gobernanza, la financiarización no supone un fenómeno inocuo. Debido a sus propósitos distributivos más que productivos, las dinámicas autorreferenciales que se registran crecientemente en los mercados financieros conducen a intensificaciones de capital que dan lugar a ganancias ficticias y burbujas especulativas. Es decir, los instrumentos asociados a la financiarización provocan recurrentemente situaciones de inestabilidad económica (Marazzi, 2011), que pueden generar mayor incertidumbre y distorsiones en la dinámica de la incipiente economía cognitiva (como se pudo observar en la crisis de las “.com” a comienzos de la década del 2000). Estas transformaciones sistémicas crean la necesidad de replantear el debate sobre la gobernanza de los bienes comunes en general, pero particularmente de los recursos cognitivos.

A partir de la voracidad que el capitalismo está asumiendo en el neoliberalismo, Harvey (2012) se da cuenta del problema cuando plantea que los mecanismos de gobernanza que analiza Ostrom son insuficientes para abordar la gestión de los nuevos bienes comunes, especialmente del conocimiento. En su opinión, desde posiciones críticas con el capitalismo cognitivo se deberían tener menos reparos en defender la adopción de jerarquías estatales de carácter exógeno para gestionar bienes comunes que abarcan una escala mayor que los casos locales estudiados por Ostrom (aunque en estos casos también defiende recurrir en mayor medida a los cercamientos, imitando el comportamiento de los ricos). Cuando la escala geográfica es mayor, Harvey considera que los procesos de comunalización no se pueden sostener en el tiempo confiando exclusivamente en la lógica espontánea de la relacionalidad social (aunque reconoce, a partir de Hardt y Negri, que ésta es la base de la construcción social de los nuevos bienes comunes). El planteamiento

de Harvey es interesante y oportuno, pero nos plantea algunos interrogantes cuyas respuestas se relacionan entre sí. En primer lugar, nos preguntamos si realmente Ostrom, rechazando la imposición de una autoridad política exógena, descarta la adopción de cualquier otro tipo de jerarquía para gestionar bienes comunes. En segundo lugar, además de no reducir las propiedades de las jerarquías a su capacidad de ejercer coerción sobre la colectividad, se nos plantea la cuestión de si en realidad todo orden social se basa exclusivamente en estructuras jerárquicas para alcanzar su estabilidad sistémica y evitar las dinámicas trágicas. Por último, nos preguntamos si el problema de fondo es la escala geográfica o, como plantea Marazzi, son más bien los desafíos que plantea la financiarización neoliberal y la necesidad consecuente de construir estrategias alternativas para apropiarse del valor generado en el ámbito de lo común.

Con respecto a la primera cuestión, es cierto que Hess y Ostrom (2007) limitan su perspectiva teórica cuando sostienen que la fluidez y el carácter cambiante de las reglas que regulan los bienes comunes del conocimiento representan un inconveniente para su gestión comunal. Ya en su trabajo seminal, Ostrom (1993) consideraba que la gobernanza de los bienes comunes resulta más sostenible cuando la gestión de dichos recursos se encuentra acotada territorialmente y las reglas no cambian (es decir, funcionasen como rutinas). Tomando como referencia los bienes comunes tradicionales, su posición está justificada: resultaría más sencillo proteger los recursos comunes y mantener los procesos de comunalización cuando se diesen las mencionadas circunstancias. Sin embargo, podríamos plantear esta cuestión de otra manera, darle la vuelta a su argumento. Tal vez, estas lógicas rutinarias y delimitadas de reproducción hacen más estables la gestión de los bienes comunes tradicionales porque favorecen la generación de estructuras jerárquicas y coercitivas en las comunidades (Nelson y Winter, 1982). De esta forma, no serían reglas estables lo que confiere sostenibilidad a la explotación del recurso, sino las

estructuras de poder jerárquico que se establecen como resultado de la transformación de las reglas en rutinas. En realidad, todo orden emerge de una imposición de poder.

Para introducirnos en la segunda cuestión, conviene tener en cuenta las implicaciones de lo que acabamos de plantear: cuando las comunidades desarrollan procedimientos de rutina para tomar decisiones, se limitan drásticamente las opciones de elección individual (Nelson y Winter, 1982). En consecuencia, resulta legítimo preguntarse si sacrificar libertad en beneficio de la estabilidad es la mejor opción para el caso de una economía cognitiva. Si sacrificamos libertad, la creatividad se verá afectada negativamente (Hardt y Negri, 2009). Estaríamos sacrificando la creatividad asociada a la libertad en beneficio de la estabilidad vinculada con un poder jerárquico que mediante un sistema de coerción logra que las reglas se cumplan y permanezcan en el tiempo. ¿Existen otras alternativas? Posiblemente, sí. Para De Landa (1996), existen otras lógicas de reproducción social y económica que generan estructuras en trama, no jerárquicas, como resultado de ensamblajes descentralizados de componentes heterogéneos. Las estructuras en trama tienen un carácter autoorganizado y descentralizado, y surgen espontáneamente sin necesidad de ser promovidas por una forma de autoridad coercitiva que planifica la vida colectiva. Al contrario, crecen por deriva creativa (Jacobs, 1984). ¿Bajo qué condiciones las comunidades pueden generar este tipo de estructuras? Fundamentalmente, cuando la reproducción de los múltiples procesos sociales que se producen en una comunidad no da lugar a copias, a réplicas de sí mismas, que conviertan las acciones de los diversos actores en meras rutinas. Cuando, además de con rutinas, la comunidad se crea y se recrea en su proceso de reproducción es más difícil que imperen las estructuras jerárquicas.

Desde aquí, entroncamos con la última cuestión: ¿se podría proyectar una transición a una economía del conocimiento en un sistema productivo local que, al basarse en la propagación creativa, no se tradujese en un reforzamiento del poder económico de las

élites? De partida, nos encontramos ante una tremenda paradoja. En el contexto de una economía antropogenética, nunca como hasta ahora los recursos inmateriales han tenido una capacidad de influencia tan importante en la generación de riqueza, pero nunca como hasta ahora han estado tan en riesgo de ser apropiados por las élites capitalistas. En nuestra opinión, se hace necesaria una lucha política por construir una economía difusa del conocimiento que enfrente la regresión distributiva que impone la financiarización neoliberal, donde se desarrollan las estrategias rentistas de las grandes empresas agroalimentarias. Para ello, necesitamos construir un marco analítico alternativo para deducir los mecanismos de gobernanza más apropiados para realizar una gestión comunal del conocimiento. Dicho enfoque analítico debe basarse en una metodología de abajo arriba, a partir de una investigación etnográfica que nos permita comprender la dinámica económica de procesos sociales concretos. En este sentido y tal como hemos analizado, la economía necesita nuevos esquemas de gobernanza para aprovechar las oportunidades abiertas por la economía basada en el conocimiento. En los capítulos siguientes, intentaremos avanzar en esta dirección, tomando como marco del análisis la problemática de los sistemas agroalimentarios locales.

CAPÍTULO 4. LA GOBERNANZA TERRITORIAL. DECADENCIA DEL MODELO TRADICIONAL Y BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS.

4.1. El concepto de gobernanza.

A lo largo de las dos últimas décadas el concepto de gobernanza se ha convertido en cuestión central de debate en el campo de las ciencias sociales, y en particular en la ciencia económica, centrándose en particular en las relaciones entre gobierno y gobernanza. Mientras que el primero se refiere a la presencia de un poder (el del estado), organizado a través de una serie de poderes públicos (con relaciones jerárquicas entre ellos) y procedimientos burocráticos como forma de funcionamiento, la gobernanza se refiere a la emergencia de un nuevo sistema de relaciones más complejo que incluye nuevos actores emergentes externos (hasta ahora) a la arena política (Farinós Dasí, 2008).

La gobernanza representa, por tanto, un modelo alternativo de gestionar los asuntos públicos. La gobernanza se ha relacionado, podría decirse que más claramente, con dos de las dimensiones de la actividad política. Inicialmente con la “polity”, es decir, con las formas de organización territorial y de la administración del estado. En segundo lugar, con la “politics”, forma en que se reparten responsabilidades y se toman las decisiones por los actores (institucionales) de la política. Si la primera se corresponde con un enfoque de la gobernanza como estructura o precondition, la segunda se aproxima a su consideración como proceso (la forma en que se gobierna) (Farinós Dasí, 2017). Desde este punto de vista la gobernanza supondría la aparición de nuevas prácticas de gobierno innovadoras que contribuyeran a superar las limitaciones de los modos tradicionales y poder enfrentarse mejor así a los nuevos retos que van surgiendo. Pero sin duda, donde esta consideración de la gobernanza como proceso se ve especialmente reforzada es en el campo de la “policy”.

El objetivo es mejorar las rutinas en la toma de decisiones con el objetivo de maximizar los efectos gracias a un correcto diseño, aplicación y seguimiento de las políticas con impacto sobre la sociedad y los territorios. En función de esos objetivos de eficacia, y eficiencia, se adaptarían la polity y la politics para poder alcanzar la meta del desarrollo territorial sostenible y el objetivo de la cohesión territorial (Farinós Dasí, 2005). Esta es justamente la interpretación que se hace en esta tesis del concepto de gobernanza territorial para poder analizar la gestión colectiva de los recursos inmateriales en una economía postindustrial.

El concepto de gobernanza trata de buscar un análisis de la transformación sistémica que se produce a distintos niveles- desde lo local hasta un mundo globalizado-, hasta en distintos sectores como el privado, público o la propia sociedad civil. La gobernanza implica una forma de gobierno más cooperativa, con gran interacción de actores, la horizontalidad en la toma de decisiones y la implicación entre las distintas esferas (pública, privada y sociedad civil) en la toma de decisiones (Cerrillo i Martínez, 2005).

Sobre el concepto de gobernanza también existen voces en contra del mismo, ya que algunos autores lo califican como “paradigma del capitalismo” o de una forma generadora de consenso para consolidar el poder y la dominación de los intereses capitalistas en una situación difusa. Esto lo sugerirían las posiciones posmodernas cercanas a la idea de subpolítica y poder foucaultianas, o de las tendencias marxistas, que denuncian las redes como una nueva fase de dominación y explotación; y que, a final de cuentas, generan nuevas formas de desigualdad por la diferencia de capacidades de apropiación de valor y poder político entre los actores (Torres Salcido, 2019).

4.2. La gobernanza aplicada a los sistemas agroalimentarios. El sistema de denominaciones de origen como punto de partida.

En este apartado se hará un recorrido por la gobernanza en el terreno agroalimentario. En especial, nos centraremos en el modo tradicional de gobernanza de productos alimentarios tanto en España como en Italia: las denominaciones de origen protegidas.

La alimentación es considerada como un sistema que integra las condiciones necesarias para la producción, transformación, distribución, comercialización y consumo de alimentos (Torres Salcido, 2019). Ante la necesidad de buscar la gobernanza de ese sistema surgen las denominaciones de origen como elemento de gestión. La gobernanza es el proceso de construcción de acuerdos para aumentar el bienestar de la población mediante la gestión de los recursos tangibles e intangibles. Se trata de gestionar, dirigir y coordinar los procesos socioeconómicos en un contexto ambiental específico, con las instituciones locales y los actores sociales - a nivel micro (territorio), nivel meso (región) y a nivel macro (economías globales o economías del mundo) - que articulan su acción colectiva en términos de la apropiación del valor de los recursos territoriales o la expectativa del bienestar generado por la valoración de los recursos (Torres-Salcido y Muchnik, 2012).

Antes de analizar denominaciones de origen es necesario en primer lugar, concretar una serie de definiciones que, a priori, la sociedad conoce pero que a menudo quedan demasiado difusas, habiendo incluso confusiones entre ellas.

En primer lugar, una Indicación Geográfica (IG) es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivadas de su lugar de origen, que por lo general consiste en colocar el nombre del lugar de origen del producto (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2021). El ejemplo más significativo de esto es el queso de Roquefort francés, aunque es cierto que este tipo de sello no se limita únicamente a productos agrícolas. La necesidad de protección que establece la IG viene considerada por el reconocimiento que muchas de ellas han ido

obteniendo a lo largo de muchos años (Cerrillo i Martínez, 2005). Los productos con gran notoriedad corren el riesgo de posibles imitaciones que engañen a los consumidores, creyendo estos que están comprando un producto con unas determinadas características, una determinada calidad y unos procesos determinados (Lanier, 2011). Las posibles imitaciones hacen que la reputación de los productos originales se vea severamente afectada.

La Comunidad Económica Europea creó en 1992 unos sistemas de valoración y protección de las indicaciones geográficas y de las especialidades tradicionales en el marco de la política de calidad relativa a los productos agrícolas y alimenticios. De esta forma, podemos distinguir los siguientes términos (Cambra Fierro y Villafuente Marín, 2009; Lobato, 1998):

- Denominación de Origen Protegida (DOP): Nombre de una región o de un lugar determinado que se emplea para designar un producto agrícola o alimenticio de dicha procedencia, y que tiene una calidad o unas características debidas al medio geográfico en el que se realiza la producción, transformación y elaboración.
- Indicación Geográfica Protegida (IGP): Nombre geográfico de una región o de un lugar determinado que se emplea para designar un producto agrícola o alimenticio con una reputación que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, en el que se habrá realizado al menos la producción, transformación o elaboración.
- Especialidad Tradicional Garantizada (ETG): Productos agrícolas o alimenticios con características específicas, que se distinguen de otros productos similares pertenecientes a la misma categoría, bien por haber sido producidos a partir de materias primas tradicionales, o bien por presentar una composición tradicional o un modo de producción y/o transformación tradicional.

Por tanto, el elemento con mayor protección territorial, tanto la producción como en proceso es la Denominación de Origen Protegida (DOP). Esto es debido a que no sólo todo el producto debe realizarse íntegramente en la zona geográficamente protegida., sino que todas las fases de elaboración deben estar ancladas en el territorio. Sin embargo, para obtener la IGP es suficiente con que una de las fases de producción en el territorio seleccionado y la ETG sólo protege el procedimiento. Cabe destacar que también existen otros regímenes de protección tales como el término de calidad “Producto de montaña” o “Producto de las regiones ultraperiféricas” (Comisión europea, 2022). Estas figuras suelen ser los elementos de gobernanza más importantes en países del sur de Europa, especialmente en España, Italia y Francia (de hecho, la mayor parte de figuras reconocidas se encuentran en estos países). Sin embargo, en algunas zonas de Europa como en los países nórdicos o los países de la antigua URSS estas figuras son incipientes.

La defensa del librecambio y la exigencia de una menor participación estatal en la economía van, sin embargo, de la mano del redescubrimiento y la creación de nuevas trampas proteccionistas -como pueden ser las denominaciones de origen- mayoritariamente cualitativas, que posibilitan a los estados nacionales proteger sus productos de la competencia internacional. Las denominaciones de origen, instituciones jurídico-mercantiles insertas dentro del derecho industrial, y que persiguen la defensa de los productores asociados a la misma (frente al fraude en la producción del bien protegido) y de los consumidores de dichos bienes (a los que se les garantiza la calidad de lo consumido) al monopolizar el uso de determinados nombres comunes (normalmente geográficos) para aquéllos (De la Calle Robles, 2002). Surgen las denominaciones de origen con el objetivo de reducir el problema de información asimétrica. Además, también pretenden proteger las rentas del productor mediante la diferenciación de los productos respecto a los extranjeros. Este mecanismo ha sido tachado por algunos

trabajos como un mecanismo proteccionista y contrario a la libre competencia de productos (Valceschini y Nicolas, 1995)

Las DOP surgen, pues, como un mecanismo de mantenimiento de reputaciones al asegurar a los productores el monopolio de uso de la etiqueta y al garantizar a los consumidores unas características comunes diferenciales, una calidad mínima de partida (De la Calle Robles, 2002). Es importante hacer notar que la vinculación a una zona geográfica no se limita sólo a productos agrícolas. De hecho, vinculaciones de este tipo se hacen también en otras categorías, dado que pueden ser útiles para destacar cualidades específicas de un producto que sean debidas a factores humanos propios del lugar de origen de los productos, como podrían ser unos conocimientos determinados o tradiciones de fabricación concretas (Cambra Fierro y Villafuerte Martín, 2009).

En lo que respecta a esta tesis doctoral, en el capítulo 7 se han tomado como referencia dos denominaciones de origen protegida a nivel europeo (una Italia y una en España). En los estudios sobre ellas, se mostrarán de forma detallada su forma de proceder y los mecanismos que utilizan para llevar a cabo la gestión colectiva de los recursos inmateriales asociados a la producción material de alimentos.

4.3. ¿Pueden considerarse las denominaciones de origen una institución de gobernanza fallida?

En una economía postindustrial como la actual, existe una doble dimensión del mercado. Por un lado, en los mercados existen cada vez menos barreras de entrada a productos procedentes de países ajenos a la Unión Europea, con unos costes de producción muy inferiores, aspecto que hace que los mercados sean cada vez más competitivos. La presión de los precios que perciben los productores aumenta de forma importante.

Por otro lado, los mercados cada vez están más concentrados en grandes multinacionales y el poder de negociación que poseen los productores cada vez es más reducido (Van der Ploeg, 2010; Delgado Cabeza, 2021). Los productores tienen menor capacidad de acceder a los consumidores de forma directa, ya que los mercados generalmente están copados por los grandes grupos empresariales con mayor conocimiento de los mercados internacionales. Estos grupos empresariales tienen un mayor conocimiento de los contextos globales. Se produce una estandarización de la mayoría de productos agroalimentarios reduciéndose así las diferencias percibidas entre los productos de la misma categoría (Cambra Fierro y Villafuerte Martín, 2009).

A pesar de esto, en el escenario actual, existe una demanda creciente de consumidores preocupados por los alimentos de calidad y saludable para los que el precio es un aspecto secundario en su decisión de compra, o, dicho de otro modo, existe una mayor disposición a pagar (“willingness to pay”) por un producto de calidad (Parga Dans, Alonso González y Macías Vázquez, 2019). Es por ello que algunos productores, satisfaciendo esta creciente demanda, distinguen sus productos en base a la calidad y nuevos formatos de imagen que favorecen la posibilidad de aumentar el precio de estos productos. Esta forma de competencia es especialmente importante en los países cuya estructura de costes es bastante superior en relación a los demás países del mercado (Pasquinelli, 2008).

En este sentido, las denominaciones de origen nacen para ser una señal de calidad (entendiéndose por calidad la percepción del mercado de superioridad de un producto frente a un competidor) un elemento diferenciador que permita al consumidor realizar sus decisiones de compra de forma informada y consciente. Este sello de calidad reduciría de forma clave el problema de selección adversa que se produce en todas las decisiones de compra (Cambra Fierro y Villafuerte Martín, 2009) . En este caso, sin el sello de DOP el consumidor no podría saber de dónde proviene el producto y cuáles son los

procedimientos que se han seguido para su elaboración. Las denominaciones de origen, en sus inicios, fueron un sistema para poder hacer frente a esta estandarización (Valceschini y Nicolas, 1995). Un elemento de diferenciación de calidad que permite una alternativa al sistema agroalimentario globalizado.

Así, con el afán de favorecer la compra informada y de mayor calidad por parte de los consumidores, en España se han desarrollado gran cantidad de denominaciones de origen. En la actualidad existen un total de 102 DOPs de productos agroalimentarios y 90 IGP (MAPA, 2021). Cabe preguntarse si tal cantidad de denominaciones de origen son realmente necesarias y cumplen el objetivo de hacer más fácil la decisión de compra. Pongamos un ejemplo. Es fácil pensar que, si el consumidor se encuentra ante una decisión de compra con 30 denominaciones de origen de aceite de oliva, la decisión sobre qué aceite comprar finalmente no será nada sencilla. Sucede que sólo en la provincia de Jaén existen 4 denominaciones de origen de aceite de oliva, todas ellas producen aceite de montaña, extraídos solamente mediante procedimientos mecánicos, con una misma variedad de aceituna (en este caso picual) y bajo la producción integrada (todas producen bajo unos mismos estándares). ¿Es justificable tal cantidad de denominaciones de origen cuando el producto es tan homogéneo?

Los consumidores desconfían crecientemente de los alimentos que se venden en canales tradicionales de distribución, en los que cada vez las formas de producción y elaboración de los productos se diluyen más (Gallar y Saracho-Domínguez, 2016; Vals, 2011). Se trata de un contexto en el que los productos agroalimentarios provienen de “geografías ocultas” (Morgan et al., 2006). Van der Ploeg (2010) define esto como un imperio agroalimentario más pendiente de sus conexiones económicas y financieras internacionales que de estrategias de desarrollo endógeno. Este imperio agroalimentario se ha desarrollado y establecido de forma exponencial con el desarrollo de la economía

del conocimiento, donde la creciente importancia del valor inmaterial hace necesario el conocimiento de mercados lejanos. Los movimientos sociales de la alimentación han fomentado con su resistencia al sistema agroalimentario globalizado una serie de valores intrínsecos al acto de consumo. No dejan de ser recursos inmateriales añadidos a la producción material (Rullani, 2004) que a menudo son apropiados por las transnacionales (Friedmann y McMichael, 1989).

A menudo se compara el caso español con el italiano para justificar tal cantidad de denominaciones de origen. El caso italiano se distingue del español en un aspecto clave. Mientras en España se produce un aceite homogéneo, con la misma variedad y con los mismos procedimientos, en Italia las distintas denominaciones de origen cultivan una variedad distinta de olivos, lo que permite una gran heterogeneidad. Si la heterogeneidad no es la justificación para tal cantidad de denominaciones, ¿cuál es la verdadera razón para la creación de ellas? La creación de estas instituciones se encuadra en un proceso de transformación de la economía política y las instituciones de gobernabilidad (Ferguson y Gupta, 2002). La denominación de origen no deja de ser un elemento de protección de las rentas de los productores en un mercado muy competitivo, se trata de un paraguas que los protege del mercado dándoles más elementos de innovación tanto productiva como desde el lado del marketing.

A pesar de esto, la realidad es muy distinta, como veremos en los siguientes apartados las denominaciones de origen han dejado de ser un elemento dinamizador de la actividad productiva y comercializadora mostrando claros síntomas de agotamiento (Marie-Vivien et al., 2019; Bennet, 2017). Esto no quiere decir que nunca hayan funcionado, sino que está convirtiéndose en un elemento obsoleto, perdiendo su capacidad diferenciadora de la calidad, ya que los consumidores no tienen la capacidad de poder distinguir entre tal número de denominaciones de origen y las características de cada una de ellas. Algunos

productores incluso, han llegado a preferir producir fuera de la denominación de origen con otros métodos, a menudo demandados por el mercado, a seguir produciendo bajo la homogeneidad de la denominación de origen. Es más, las denominaciones de origen han pasado de ser un elemento dinamizador de comercialización a ser un simple elemento de revisión de los procesos materiales. Es por esto que la justificación para su creación, solucionar el problema de selección adversa que se produce entre el consumidor y el productor, no se alcanza. Lejos de ser un elemento que acerca a los consumidores a los productores cada vez los aleja más, convirtiendo a los alimentos en productos desconocidos (Morgan et al., 2006). Esta situación ha favorecido la recuperación de las denominaciones de origen por parte de las grandes transnacionales. Esta recuperación es el paso de las denominaciones de origen de ser un elemento alternativo y de calidad a ser un elemento de industrialización (Cambra Fierro y Villafuerte Martín, 2009).

En los países occidentales, donde la proporción de la renta familiar destinada a la alimentación descende desde hace décadas (González-Adalid y Munuera, 2005) ya no se busca en los alimentos la mera ingesta de la comida necesaria para vivir o, al menos, no se les atribuye de forma explícita ese valor biológico primordial. La función nutritiva se da por supuesta y la compra, manipulación, preparación y consumo de alimentos se convierte en una experiencia sociocultural integrada. Su vertiente consciente, sea individual o colectiva, gira entonces alrededor de cuestiones que van desde el puro deleite gastronómico o la curiosidad por la procedencia de los alimentos a sus efectos sobre la salud o sus implicaciones para el sostenimiento de los recursos naturales y de las comunidades productoras. Fruto de este nuevo patrón de consumo y como consecuencia del alejamiento del consumidor de los alimentos producidos bajo el sistema de denominaciones de origen (y su creciente industrialización), en las últimas dos décadas surgen movimientos de resistencia como los mercados agroalimentarios “éticos”, un

término general que engloba experiencias de distinta procedencia social, ambiental y geográfica (Bidwell, Murray y Overton, 2015). En el marco de estos movimientos sociales se desarrollan las Redes Alimentarias Alternativas (en adelante RAA) que representan reacciones de los consumidores a una serie de preocupaciones ambientales, éticas y de salud que suponen una alternativa a los sistemas de suministro de alimentos 'convencionales' que se han vuelto cada vez más industrializados y de alcance mundial” (Ilbery y Maye, 2005: 823).

4.4. Las Redes Alimentarias Alternativas (RAA) como mecanismo de gobernanza desde los movimientos sociales.

Como consecuencia de esto y de una mayor preocupación por el comercio de cercanía y producido bajo estándares de calidad previamente definidos, surgen nuevos sistemas de calidad tales como los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) que cuentan cada vez con mayor peso en Circuitos Cortos de Comercialización (CCC) (López-García, 2014; Cuéllar Padilla y Ganuza Fernández, 2018). Los Sistemas Participativos de Garantía, como sistemas de certificación de tercera parte, tienen como objetivo brindar una garantía confiable a consumidores que eligen el producto ecológico. La diferencia radica en el enfoque: no solo se fomenta, sino que se requiere la participación directa de los agricultores, consumidores y otros actores en el proceso de verificación en el SPG (IFOAM, 2007).

Además de estos nuevos sistemas de calidad, en la actualidad existe una proliferación de canales de venta directa de productos bajo unas ciertas características de calidad o significantes – como productos ecológicos o de cercanía – al margen de las denominaciones de origen, ya que empiezan a ser percibidas por productores como entidades demasiado burocratizadas y obsoletas. Así, a lo largo de toda Europa es común

la celebración de mercados al aire libre de venta directa de productor a consumidor, sin barreras ni intermediarios, en los que el consumidor puede informarse de manera directa acerca del producto que está adquiriendo. Esta situación favorece que se produzca una mediación que conecta al consumidor y al productor para beneficio de ambos. Durante las últimas décadas, han proliferado estos movimientos de innovación social de la alimentación que se han denominado redes alimentarias alternativas (RAA). Un ejemplo de estas instituciones son los Ecomercados al aire libre, las cooperativas agroecológicas o incluso supermercados ecológicos¹³.

A pesar de la 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. Vemos como, en España, se suceden los fracasos de los mercados autogestionados de base agroecológica debido principalmente al gran compromiso ético necesario por parte tanto de productores como de consumidores para su mantenimiento (Mauleón, 2011). Sin embargo, según el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, MAPA (2021), en España el consumo de alimentos ecológicos viene creciendo significativamente. A pesar de esto, la cuota de mercado de los productos ecológicos es del 4% del total. Pese a los avances en un consumo más “verde” y saludable, es posible que no se esté contribuyendo a una transformación social que modifique realmente el modelo agroalimentario imperante, en el que las grandes multinacionales manejan el mercado a su antojo (Vivas, 2010). Es más, en el caso de que este consumo se realice en los grandes distribuidores minoristas, (es fácil ver líneas de productos ecológicos en Carrefour, Lidl o Aldi) si bien la alimentación adquiere un carácter más saludable y respetuoso con el medio ambiente, se podrían estar manteniendo las

¹³ En el capítulo 8 de esta tesis doctoral se analizará una Red Alimentaria Alternativa en forma de Ecomercado.

estructuras de poder la industria agroalimentaria (Vivas, 2010). Este “salto adelante” en la calidad de los productos agroalimentarios no vendría acompañado de un cambio en las estructuras de poder, haciendo inviable el mantenimiento de los productores de base.

Las RAA se describen como espacios económicos donde la justicia social y la acción política pueden ocurrir concretamente (Goodman, 2004) debido a la redistribución de valor a través de la red de regreso a los productores, el establecimiento de confianza entre el productor y el consumidor, y la creación de nuevas formas de asociación política y gobernanza del mercado (Morgan et al., 2006). En teoría, al desenmascarar geografías ocultas de los alimentos, estas redes permiten que las motivaciones éticas de los consumidores, incluido el "cuidado a distancia" con respecto a otros, respalden condiciones de producción y comercio más equitativas y sostenibles (Barnett et al., 2005; Lyon, 2006). Desde esta perspectiva, el objetivo es diferenciar y agregar valor a los productos, permitiéndoles competir en base a la calidad y la identidad (Goodman 2004; Galtier, Belletti, y Marescotti, 2013) y promover experiencias de colaboración entre consumidores urbanos y productores agrarios de las áreas rurales o del entorno periurbano que permitan superar la hegemonía de la producción industrial y la gran distribución, contribuyendo de diversa forma a lograr una mayor soberanía alimentaria (Galindo, 2006; Ortiz, 2015). Las RAA fomentan relaciones comunitarias más armoniosas (Winter, 2003) y remodelan la relación entre el campo y la ciudad (Jarosz, 2008). En las RAA tanto los productores como los consumidores tienen una relación cercana y directa que aumenta la confianza en los alimentos que se consumen al brindarles información sobre el origen y procedencia apoyando una mayor preocupación por la sostenibilidad ecológica y social (Kessari et al, 2020). Como tal, las RAA están situadas al lado y operan dentro de los sistemas convencionales y la lógica del mercado. Dada esta hibridación, las RAA no han podido fusionarse en torno a ningún contenido normativo coherente propio (Renting et

al., 2012) y a menudo se definen en relación con lo que no son, en lugar de lo que son (Tregear, 2011) que puede marginarlos instantáneamente y corren el riesgo de normalizar las prácticas “convencionales” adversas (Seyfang, 2006). A pesar de ello, la literatura académica ha llegado a un cierto consenso sobre algunas características que las RAA tienen en común (Torres-Salcido, 2022). Estas redes se caracterizan por: 1-. la proximidad geográfica, organizacional y relacional entre productores y consumidores, con cero o mínima intermediación (Kebir y Torre, 2014). 2-. por la sustentabilidad ambiental, social y económica (Belletti y Marescotti 2020; Jarzebowski et al., 2020; Chiffolleau, 2019; Mancini et al., 2019); 3-. son formas horizontales de construir la gobernanza territorial; 4.- En estas redes se incorporan además de la producción material los intercambios solidarios (Sabourin, 2018). La mayoría de las RAA analizadas por la literatura académica contienen estas características, a pesar de que se hace necesario el estudio de más iniciativas en distintas geografías para darles un marco normativo propio que permita definir las con un sentido propio y conceptualmente consistente.

Existen principalmente tres tipos de RAA (Bidwell et al., 2018): 1-. instituciones que combinan un mercado de forma capitalista con una esfera de resistencia política al sistema globalizado; 2-. instituciones basadas en la resistencia política y con unas formas distintas al mercado capitalista, en forma de Agricultura Sostenida por la Comunidad (ASC en adelante). 3-. empresas capitalistas de base agroecológica que no ejercen una oposición al sistema. Esta última se considera RAA por el hecho de que ejerce una oposición al sistema agroalimentario globalizado a pesar de no hacerlo de forma consciente.

Otra de las formas de RAA que ha proliferado en las últimas décadas es el Comercio Justo. Esta red vincula a los productores del Sur con los consumidores del Norte e intenta ayudar a los productores a eludir todo el peso de las fuerzas del mercado. Revelan cómo los actores ajustan sus decisiones económicas en el marco de mecanismos de

coordinación y acuerdos institucionales (Renard, 2003). Estas redes garantizan una cualidad relacionada con los valores éticos: justicia, equidad de cambio, solidaridad y oposición a las relaciones dominantes dentro del mercado convencional. Esta cualidad es una construcción social, orientada hacia un sector de consumidores conscientes dispuestos a pagar más si se les garantiza que un sobreprecio llegará efectivamente a los productores (Renard, 2005). Se trata de una RAA global que pretende ser un freno a la apropiación de valor por parte de las grandes transnacionales de alimentos.

El exponente más destacado de RAA, con mayor presencia en las grandes ciudades europeas, son los mercados de productores agrarios (MPA)¹⁴ y a ellos se dedicará el estudio de RAA en esta tesis doctoral (ver capítulo 8). Espacios que se asientan sobre la tradición (a veces perdida) de mercados al aire libre de contacto directo entre consumidores y productores. Los MPA se pueden caracterizar de forma sistemática de la siguiente forma (Méndez y Monteserín Abella, 2017):

- Son mercados periódicos, con una localización definida y en fechas prefijadas, a los que acuden de forma regular los productores agrarios
- Se dedican de forma exclusiva o mayoritaria a la venta de alimentos frescos o elaborados y en algunos casos a su degustación. También es posible dentro de estos mercados la puesta en marcha de actividades de formación y talleres.
- Quienes comercializan esos alimentos son los propios productores de alimentos, lo que permite integrar a los MPA dentro de los canales cortos de comercialización que eliminan la figura del intermediario, permitiendo un freno a la apropiación de valor en el eslabón de distribución dentro de la cadena de valor.

¹⁴ También se denominan Ecomercados. Aunque esta denominación hace referencia a cursos, formaciones en agricultura ecológica y talleres que se llevan a cabo durante la celebración del mercado. Los Ecomercados son más que simples mercados al aire libre.

- Los vínculos que se establecen entre productores y consumidores urbanos son cara a cara y se limitan a los días de mercado, frente a otro tipo de redes como los grupos de consumo agroecológico, que conllevan compromisos mayores y más duraderos como las iniciativas de ASC que requieren un compromiso diario con el mantenimiento del sistema.

A pesar de la dificultad para la valoración de MPA como una alternativa económica real al sistema agroalimentario globalizado se ha comprobado, y así lo constata la literatura académica, que la importancia de estos mercados es cada vez más creciente (Kessari et al., 2020; Bidwell et al., 2018; Kebir y Torre, 2014). A su valoración económica, cabe añadir que estos mercados incorporan además componentes sociales, ambientales y culturales necesarios para su correcto funcionamiento y mantenimiento (Méndez y Monteserín Abella, 2017). Con la correcta gestión de los recursos inmateriales asociados a estas iniciativas, éstas pueden convertirse en las instituciones candidatas a ser una forma de gobernanza del sistema agroalimentario que favorezca de una forma más sostenible la generación de valor en una economía postindustrial.

De la conjunción del estudio de los bienes comunes (capítulo 2 de esta tesis doctoral), con el llamado capitalismo cognitivo y la importancia creciente de los recursos inmateriales para la creación de valor (capítulo 3 de esta tesis doctoral) y los sistemas de gobernanza de la alimentación (el presente capítulo) en el capítulo 4 se propone un modelo de creación de valor a partir de la gestión colectiva de los recursos inmateriales (Rullani, 2004a; 2004b). Se hace necesario un marco de análisis que permita el estudio de las debilidades que afrontan ambos tipos de sistemas de gobernanza agroalimentaria. Con este análisis se podrá hacer un diagnóstico que permita resaltar las potencialidades de cada una de las figuras analizadas, con el objetivo de resaltar cuál de ellas se puede

adaptar de mejor forma a la generación de valor en una economía postindustrial. Fruto de este análisis se podrán detallar vías de desarrollo que permitan a las comunidades locales hacer frente a la crisis agraria que se viene produciendo en los últimos años en las economías occidentales (Serres, 2013).

A partir de dicho modelo, por un lado, en el capítulo 7 se analizarán sistemas tradicionales de gobernanza agroalimentaria, en particular se han seleccionado estudios de caso correspondientes a las denominaciones de origen. Esto es debido a que son la figura de gobernanza tradicional con mayor representatividad en Europa de las mencionadas anteriormente.

Por otro lado, en el capítulo 8, se analizarán los sistemas agroalimentarios alternativos de gestión colectiva de recursos inmateriales. En el caso de las Redes Alimentarias Alternativas, en especial de los Mercados de Productores Agrarios (MPA), se trata del mecanismo de innovación social más importante del sistema agroalimentario actual, con una gran proliferación sobre el territorio (en especial en grandes ciudades) que son percibidos por el consumidor como mercados éticos de productos agroalimentarios de gran calidad.

CAPÍTULO 5. EL GOBIERNO DE LOS BIENES COMUNES INMATERIALES EN EL CAPITALISMO COGNITIVO. PROPUESTA DE UN MODELO DE GENERACIÓN DE VALOR.

En el contexto económico actual, el conocimiento se ha erigido como una variable estructural en los procesos de generación de valor (como se ha desarrollado en el capítulo 3 de esta tesis doctoral). Tan importante como comprender los procesos productivos “materiales” que se gestan en la comunidad local, resulta analizar la dimensión inmaterial de los procesos de valorización y el papel de los diferentes actores de la cadena de valor en dichos procesos. En la búsqueda del desarrollo sostenible en una economía postindustrial no es una condición suficiente el correcto manejo de los recursos materiales (Alonso González, 2014; Zepeda et al., 2014), sino que es necesaria la gestión colectiva de recursos inmateriales (Macías Vázquez y Morillas del Moral, 2022).

Para aproximarse a esta dimensión y al rol de los actores implicados en ella, lo rural debe comprenderse como una mezcla compleja de procesos productivos, relaciones de poder, representaciones, relaciones comerciales, discursos y entramados institucionales variados (Cloke, 2006; Dewsbury, 2003). Distintas configuraciones de conocimiento, poder y distribución del valor definen los modos de interacción entre actores extra-territoriales y actores locales. Siguiendo trabajos de la “economía política de la cultura” (Jessop y Oosterlynck 2008; Sayer 2001), se considera fundamental, para entender las sociedades rurales contemporáneas, la combinación del interés de la economía política en cuestiones como el valor, el intercambio, la distribución y el poder en el mundo rural (Jones, 2008; Jarosz, 2008), con elementos del giro cultural centrados en la construcción social de los valores, el conocimiento y la cultura (Callon et al., 2002; Chiffolleau y Touzard, 2014), y su asociación a los aparatos estatales y los “circuitos culturales del capital” (Thrift, 2005).

Igualmente, la “aproximación económica cultural” del desarrollo rural, clave para comprender los procesos que llevan a él (Ray, 1998), enfatiza el intento de localizar el control económico de las comunidades como respuesta a presiones extraterritoriales exacerbadas por el neoliberalismo, que promueve una concepción ‘emprendedora’ según la cual todos los territorios tienen oportunidades económicas al disponer de diferencias culturales valorizables en el mercado, incluyendo lenguajes, know-how, patrimonios, paisajes o comidas y alimentos tradicionales. Es decir, frente a la concepción neoliberal del territorio, se hace necesario tomar en consideración las variables y los instrumentos que permiten desarrollar la capacidad territorial de apropiación de valor en una economía basada en el conocimiento, pues los territorios no son meras mercancías que se reinventan permanentemente mientras se fortalece la lógica depredadora y rentista de los capitales locales y extraterritoriales (Marazzi, 2008; Vercellone, 2008; Lazzarato, 2004). En este sentido, es importante comprender cómo se genera valor en una economía basada en el conocimiento, pero también es decisivo identificar aquellos eslabones críticos, aquellas vulnerabilidades, donde los actores locales suelen mostrar más dificultades a la hora de apropiarse territorialmente del valor generado en dichas economías.

Para poder analizar dichas vulnerabilidades, y como resultado de la conjunción de los tres capítulos anteriores de esta tesis doctoral, se propone un modelo de generación de valor a partir de la producción de conocimiento (E) que deriva del ensamblaje de tres “elementos” (Rullani, 2004a): la capacidad de interpretación por parte de los consumidores de los significados incorporados en la producción material de alimentos (v), la cantidad de veces que se propagan y replican estos significados (n), y la capacidad de apropiación del valor generado entre los distintos actores que participan en su producción y sostenimiento (p_i , donde $0 \leq p_i \leq 1$), podríamos formular dicho modelo mediante la siguiente ecuación (Rullani, 2004a):

$$E = v.n.p_i^{15}$$

En los sistemas agroalimentarios se utilizan diversas estrategias para valorizar los productos. Una estrategia muy frecuente se basa en los certificados y etiquetas de calidad, incluidos los referidos a las denominaciones de origen, la agricultura ecológica o el comercio justo. A través de estos certificados, los productores logran tres objetivos. En primer lugar, aumentan v , porque las etiquetas permiten a los consumidores identificar fácilmente la calidad de los productos a través de una serie de parámetros objetivos. En segundo lugar, aumentan n , porque el carácter estandarizado de estas etiquetas, basado en codificación abstracta, facilita la amplia difusión de los productos a través de los diferentes canales de comercialización. Finalmente, el uso de estos certificados y etiquetas permite no solo valorizar los productos, sino apropiarse de las rentas generadas, en la medida en que otorgan derechos legales exclusivos sobre la explotación de los recursos (Valceschini y Mazé, 2000; Marie-Vivien y Biénabe, 2017). Otra de las estrategias utilizadas en los sistemas agroalimentarios es la incorporación de valores éticos a los productos alimentarios con dos propósitos principales: como parte de una estrategia desarrollada por las grandes corporaciones para aumentar sus beneficios o, por otro lado, como un argumento alegado por los productores locales para subsidiar sus pérdidas (Pasquinelli, 2008; Birch et al., 2010). Estas estrategias aumentan n y v en el modelo propuesto, ya que son percibidos por el consumidor como alimentos producidos bajo unas condiciones superiores. Son identificados como alimentos producidos con un

¹⁵ Esta fórmula es una expresión cualitativa de los tres elementos anteriormente descritos. Debido a la enorme dificultad existente en la cuantificación de los elementos que la componen, no es posible asignar valores a dicha fórmula. Más bien se trata de una expresión que no permite combinar los elementos para la generación de valor en una economía cognitiva.

mayor cuidado medioambiental y social. Estos valores éticos no dejan de ser recursos inmateriales añadidos a la producción material (Rullani, 2004a).

Ante esta situación los productos agroalimentarios se convierten en lo que Boltanski y Esquerre (2017) denominan “objetos enriquecidos”. Las mercancías no son valoradas por su utilidad o su resistencia, como ocurre con los productos industriales comunes, sino por ser nuevas o diferentes. La función nutritiva de los alimentos en la actualidad se da por supuesta y la compra, manipulación, preparación y consumo de alimentos se convierte en una experiencia sociocultural integrada o incluso en una fórmula de ocio compartida con familiares y amigos (Sánchez Hernández, 2009).

En este contexto agroalimentario, en los últimos años los productos estandarizados y homogeneizados son percibidos por el consumidor como productos inferiores. Así, los productos agroalimentarios, a menudo, están asociadas con marcadores de identidad nacional para garantizar su “autenticidad”. Se produce una intensa demanda de diferenciación y desmasificación, teniendo lugar una endogenización por parte del sistema capitalista (Boltanski y Chiapello, 2002). Para aspirar a la etiqueta de lo auténtico los bienes deben proceder del exterior de la esfera material, de lo que podríamos denominar “yacimientos de autenticidad”, espacios fuera de la esfera mercantilizada y que en la mayoría de casos proviene de las tradiciones y costumbres de las sociedades (Boltanski y Chiapello, 2002). Se valoriza el producto enriquecido proveniente de los yacimientos de autenticidad reconociéndoles, al menos de forma tácita, un mayor valor a los provenientes de la esfera mercantilizada y agregándoles además un aspecto inmaterial que les hace interesantes en el proceso de mercantilización (Boltanski y Esquerre, 2017). La mercantilización de lo auténtico permite reimpulsar desde nuevas bases el procedimiento de transformación del no capital en capital, uno de los principales motores

del capitalismo, para hacer frente a la amenaza de la crisis de consumo de masas perfilada en la década de los 70 (Boltanski y Chiapello, 2002).

Los empresarios han encontrado la oportunidad de luchar contra la saturación de los mercados tradicionales aguzando el apetito de los consumidores mediante el suministro de productos de calidad que proporcionan a la vez una seguridad más elevada y una mayor autenticidad (Boltanski y Chiapello, 2002). Se produce un “enriquecimiento” artificial de los productos agroalimentarios con el fin de favorecer su mercantilización (Boltanski and Esquerre, 2016) Esta mercantilización de los productos “auténticos” se ha visto estimulada por un creciente interés por la belleza y el cuidado del cuerpo, (Boltanski y Chiapello, 2002). Rullani (2004) destaca la necesidad de articular una serie de mediadores cognitivos cuya función sea la integración de los conocimientos, recontextualizando los conocimientos originales para que puedan ser utilizados en contextos diferentes, trabajando con los deseos del consumidor, tomando forma de mercados alternativos, museos o centros de dietética.

Ante esta situación, la calidad alimentaria se erige como un nuevo eje de disputa y competencia, que reconfigura las relaciones sociales (Hatanka y Busch, 2008), expulsando del mercado a aquellos productores que son incapaces de mantener o alcanzar estándares de calidad impuestos por el mercado. Tomando como referencia el modelo de generación de valor propuesto, se advierten varias circunstancias preocupantes en la evolución de las denominaciones de origen españolas (Macías Vázquez y Alonso González, 2015). Por un lado, en denominaciones de origen de aceite de oliva y vino, se pone en evidencia que la ausencia de innovaciones organizativas a nivel colectivo les impide apropiarse (pi) del valor generado como resultado de la implantación de los signos de calidad, que, paradójicamente, ha mejorado la percepción de los consumidores de la mejora en la calidad del producto (v) y ha facilitado la propagación de los conocimientos

y prácticas locales a través de una exitosa estrategia de codificación en los mercados (n). Como resultado de esta incapacidad de regular y de apropiarse de la producción de valor, los productores locales se han visto forzados a intensificar todavía más los cultivos para mantener sus niveles de renta, lo cual ha tenido consecuencias negativas a nivel medioambiental y en la propia calidad y seguridad alimentaria (erosión y envenenamiento de los suelos, residuos químicos en los alimentos, pérdida de biodiversidad, ...). Esto ha sido agravado especialmente a raíz de la crisis de rentas agrarias mencionada anteriormente, en la que los productores para poder mantener sus niveles de renta necesitan aumentar sus usos intensivos de cultivos (Serres, 2013). En buena medida, estas dinámicas trágicas señalan que la transición hacia economías del conocimiento cuestiona las formas tradicionales de certificación geográfica de la calidad, al no dar cuenta de los aspectos relacionales del conocimiento y concebir producción y consumo de forma estanca y aislada. De hecho, la producción y el uso del conocimiento son actividades intrínsecamente sociales, que implican la generación de significados, valores, símbolos y sentidos que adquieren valor solamente si otros los comparten y se los apropian. Por ello, la economía del conocimiento es una economía de conexiones y de flujos en permanente retroalimentación, donde resulta imposible separar la producción y el consumo en la medida en que este último también implica una actividad de producción cognitiva (Goodman y Goodman, 2016).

Fruto de este cuestionamiento se hace necesario el análisis de otras figuras de gobernanza de la calidad alimentaria. La calidad alimentaria es enarbolada por los movimientos sociales de resistencia al sistema agroalimentario globalizado, revalorizándola como un atributo anclado en el territorio, abriendo un espacio para incorporar nuevos elementos como las particularidades del ecosistema, la historia o las condiciones socioculturales en torno a la producción de alimentos (Friedmann y McNair, 2008; Masfield, 2003; Ilbery y

Kneafsey, 2000). Estos nuevos elementos no dejan de ser recursos inmateriales añadidos a la producción material de alimentos (Rullani, 2004a). El sistema agroalimentario actual tiende a la concentración, en el que las grandes trasnacionales de la distribución poseen un gran poder de mercado. La concentración orienta a los consumidores hacia un mercado de bajos costes y muy baja calidad (De la Cuz et al., 2017), por lo que n y v disminuirían en el modelo de generación de valor. Las RAA favorecen la reconexión del campo con la ciudad, permitiendo erigirse como mediadores cognitivos que trasladen el conocimiento y los significados asociados a la producción de alimentos al consumidor. Se trata de una posibilidad potencial de obtener ciertas ventajas competitivas por parte de los productores locales, si estos consiguen a su vez vincularse a los consumidores más próximos con nuevos valores y significados. Es decir, la incorporación de ciertos recursos inmateriales de carácter colectivo, que gozan de la propiedad de incrementar su valor mediante su uso y difusión, podría representar una oportunidad para disminuir la capacidad de apropiación rentista que tienen las grandes superficies comerciales en la cadena de valor. Si se consigue vincular a los productores y a los consumidores mediante valores y significados, que difícilmente estas grandes superficies pueden generar, se estaría en condiciones de empoderar en mayor medida a los actores locales en la cadena de valor. Valores y significados como la conciencia social que los consumidores pueden desarrollar hacia el consumo ecológico, saludable y local o el compromiso de los productores por el mantenimiento de sistemas agroalimentarios locales de base agroecológica podrían estar entre los candidatos más adecuados para cumplir este objetivo.

En una economía postindustrial, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se han constituido ciertamente en un potente mediador para articular la propagación de significados, valores y conocimientos en redes e interacciones a distancia, no limitadas al ámbito local. Pero, paralelamente, esta mayor capacidad de propagación

cognitiva (n) ha puesto de manifiesto una menor capacidad de regulación de la producción de valor (pi) por parte de aquellas estructuras tradicionales de acción colectiva, organizadas a escala local. En buena medida, porque esta mayor capacidad de propagación ha implicado la necesidad de explorar nuevos contextos sociales, en concreto, de comprender los significados, los valores y los deseos que están detrás de las prácticas de consumo alimentario (que influyen directamente en “v”), lo cual conlleva plantearse los problemas de la acción colectiva en una escala más amplia y con unos contenidos y mediaciones diferentes.

De aquí la necesidad de analizar las nuevas formas de acción colectiva en una sociedad posindustrial, entendida como espacio de intercambio cultural y simbólico (Hassanein, 2003). El reconocimiento de que el sistema agroalimentario ha sido y sigue siendo un terreno en disputa reconoce un espacio importante para la agencia individual y colectiva (Starr, 2010). La acción colectiva no puede comprenderse desde una lógica basada en la elección racional individual y/o grupal, sino que resulta necesario explorar lo que la Teoría del Actor Red denomina como procesos de co-construcción de nuevos valores y significados en las interacciones sociales en el ámbito alimentario (Kaljonen, 2006). Concretamente, en lugar de dar por hecho la calidad, la autenticidad o el valor de los alimentos, el objetivo será explorar su construcción social por parte de una cadena extensa de actores que generan nuevos valores y significados, además de nuevas identidades y movimientos sociales que, basados en la acción colectiva, generan innovaciones y transformaciones relacionales que son generadoras de desarrollo endógeno y territorial (Starr, 2010; Friedmann & Mcnair, 2008). A menudo estos movimientos sociales de la alimentación toman forma a través de las redes alimentarias alternativas. Hay análisis que cuestionan esta vía como una solución real a los problemas o más bien algo que producirá sólo un irritante menor dominio corporativo del sistema alimentario. Una transformación

completa del sistema agrícola y alimentario, se podría argumentar, requiere una transformación completa de la sociedad (Magdoff et al., 2000).

Es, por tanto, necesario repensar la noción de acción colectiva en una economía basada en el conocimiento. Dejando atrás las nociones basadas en criterios de elección racional, se hace necesario vincular el fenómeno de la acción colectiva con los reiterados procesos de resignificación de la producción y el consumo en una economía posindustrial, poniendo de relieve la importancia de construir una acción colectiva que trascienda los contextos locales. El nuevo mundo de las cadenas de suministro agroalimentarias transnacionales aleja a los agricultores de los mercados locales. Los agricultores acostumbrados a vender a nivel local, regional o nacional no pueden continuar como antes (Friedmann y Mcnair, 2008). En este sentido, las estructuras de gobernanza asociadas con las certificaciones territoriales de calidad resultan progresivamente inapropiadas para comprender y gestionar las dinámicas estructurales, al generar, no sólo crecientes asimetrías de información y problemas de selección adversa, sino también restricciones institucionales a la iniciativa de los actores rurales (tal como se observa, claramente, en el sector oleícola analizado en el siguiente capítulo). Alternativamente, la acción colectiva debe trascender el ámbito territorial, asumiendo que la gestión de recursos inmateriales impone una mayor incidencia y un mayor conocimiento de los mercados lejanos, de los contextos no locales. Para ello, es necesario incorporar en los esquemas de acción colectiva y en las propias estructuras territoriales de gobernanza a los mediadores cognitivos que, desde el desarrollo de funciones de sistematización, conexión, interpretación y validación (lo que permite incorporar, a su vez, a las denominaciones de origen), realizan tareas esenciales en la generación de valor y en su apropiación territorial. El sistema agroalimentario ha sido y sigue siendo un terreno en disputa reconoce un espacio importante para la agencia individual y colectiva (Reardon et al. 2005). Una

posible forma de gestión alternativa de recursos inmateriales puede ser las RAA, espacios donde se produce una mediación cognitiva entre la producción y el consumo (Macías Vázquez y Morillas del Moral, 2022).

En estas circunstancias, el problema en cuestión puede expresarse, en términos generales, de la siguiente manera: cómo transformar un conocimiento original, desarrollado en el contexto α , en un conocimiento conectivo que pueda ser reutilizado en varios contextos β , considerando que α y β son diferentes, cada uno con sus propios actores, recursos, entornos y redes de relaciones sociales específicos (Rullani, 2004b). Requiere de una serie de mediadores, cuya finalidad será facilitar la integración del conocimiento de tal forma que se minimice el riesgo de fragmentación (Rullani, 2004b). Definimos un mediador cognitivo como dispositivos metodológicos y prácticos que transforman el conocimiento original en conectivo (definido en el campo α - β) y mantienen su eficacia a lo largo del tiempo. Existen dos tipos de mediadores cognitivos; por un lado, los prescriptivos (actúan estandarizando los comportamientos y significados de las acciones de los diversos actores) y los experienciales (el acceso al conocimiento viene regulado por la participación directa en la experiencia de la vida y de trabajo que se desarrollan en los diversos puntos del campo) (Rullani, 2004a: 54-56). De forma esquemática, hemos clasificado a esos mediadores, a los que hemos llamado "mediadores cognitivos", en las siguientes categorías:

- Sistematizadores: reúnen la producción de conocimiento de cada experto en particular dentro de un contexto geográfico específico. Suelen ser asociaciones de productores, asociaciones de desarrollo local, agencias estratégicas distritales, etc.
- Conectores: vinculan el conocimiento generado en diferentes contextos. En su mayoría son redes, plataformas, reuniones periódicas o eventos únicos.

- Intérpretes: recontextualizan el conocimiento original para que pueda ser utilizado en diferentes contextos, trabajando en los deseos de los consumidores. Suelen adoptar la forma de mercados alternativos, museos, organizaciones de consumidores, centros de alimentación saludable e incluso agencias de viajes.
- Validadores: actúan sobre la incertidumbre sobre la validez del conocimiento en diferentes contextos, mediante el fomento de la participación y el desarrollo de relaciones de confianza (sistemas de garantía participativa), o mediante la construcción de indicadores objetivos (por ejemplo, esquemas de calidad).

A partir de este modelo de generación de valor en una economía cognitiva, en los siguientes capítulos de esta tesis doctoral se analizarán los distintos sistemas de gobernanza que actualmente dominan el sistema agroalimentario global. Por un lado, se analizarán distintas denominaciones de origen a fin de poder comprender aquellos procesos que generan debilidades en la capacidad de apropiación de valor generado por los productores locales. Se analiza esos aspectos que pueden ayudar, mediante la gestión colectiva de recursos inmateriales, a la valorización de sus productos agroalimentarios. Por otro lado, se analizará RAA con el objetivo de poder comprobar si realmente pueden ser un elemento de gestión colectiva de recursos inmateriales y materiales capaz de frenar la apropiación rentista del valor por las grandes transnacionales y mejorar la capacidad de generación de valor por parte de los productores locales. A menudo, estas instituciones se basan en la incorporación de valores éticos a la producción material haciendo que estos productos sean percibidos por el consumidor como más deseables. Se hace necesario, por tanto, analizar cómo ambos mecanismos de gobernanza reaccionan ante el capitalismo cognitivo, donde los recursos inmateriales adquieren cada vez un mayor peso en el proceso de valorización de productos.

CAPÍTULO 6. METODOLOGÍA EMPLEADA.

Con el desarrollo de la economía cognitiva las interacciones entre las dimensiones material e inmaterial de los procesos de valorización de productos agroalimentarios se vuelven más complejas y más difíciles de manejar con un esquema de calidad rígida (Pasquinelli, 2008; Vercellone, 2008). A partir del modelo de creación de valor ya introducido en el capítulo anterior (Rullani, 2004a), se pretende analizar las posibilidades de puesta en valor de la producción material a través de la gestión colectiva de recursos inmateriales en dos esquemas de gobernanza del sistema agroalimentario tales como las denominaciones de origen y las redes alimentarias alternativas. El primero, es el esquema de gobernanza agroalimentaria tradicional en las economías occidentales. El segundo, surge como respuesta ante la crisis agraria y medioambiental que sufren dichas economías.

Para estudiar dichos esquemas de gobernanza se ha optado por la metodología de análisis de caso. El análisis de caso permite indagar detalladamente en el mecanismo del “cómo” y “por qué” con mayor profundidad que los estudios estadísticos (Yin, 1994). Su ámbito de aplicación está bien definido: estudia temas contemporáneos sobre los cuales el investigador no tiene control y responde a preguntas de tipo “cómo” y “por qué” (Yacuzzi, 2005; Yin, 1994). El análisis de caso, por tanto, es de especial validez cuando el problema o aspecto a estudiar es contemporáneo al momento de estudio. Es decir, no tiene posibilidad de establecer un recorrido histórico a través del fenómeno. El análisis de caso viene de la teoría y va hacia ella (Yacuzzi, 2005). Es lo que se pretende en esta tesis doctoral, partir del modelo de generación de valor inmaterial propuesto en el capítulo 5 y pasar a la realidad social mediante el análisis de estudios de caso para posteriormente volver sobre la teoría.

Para llevar a cabo el análisis de casos se ha seguido la guía de Stott y Ramil (2014). Esta guía establece 5 etapas. En primer lugar, debe tenerse claro el objetivo del caso de estudio. Posteriormente, deben seleccionarse los casos de estudio y establecer un marco general que permita el abordaje del estudio. Seguidamente se hace necesario realizar una preparación de la visita, estableciendo contactos clave y realizando una revisión documental. Luego, se realiza la visita trabajando con las personas contactadas y reuniones con las partes implicadas. Por último, se encuentra la elaboración del informe, habiendo sintetizado y triangulado la información recolectada en el tercer paso.

Siguiendo estas etapas, el objetivo de la investigación es analizar, por un lado, esquemas de gobernanza tradicionales como son las denominaciones de origen, en especial el aceite de oliva. Por otro lado, esquemas alternativos de gobernanza como los Ecomercados, las cooperativas de producción agroecológica o los supermercados de base ecológica. En ambos casos el análisis ha profundizado en las formas en las que gestionan de forma colectiva los recursos inmateriales asociados a la producción material.

En cuanto la selección de casos de estudio podemos distinguir dos estudios de caso¹⁶ (ver ilustración 3). Por un lado, los sistemas agroalimentarios de gobernanza tradicional (denominaciones de origen), marcados con la imagen de una aceituna en la ilustración 3. Se han seleccionado dos aproximaciones a terreno en cada uno de los contextos geográficos: Sierra Mágina (Jaén, España) y Terra di Bari (Apulia, Italia). La motivación para llevar a cabo estas aproximaciones se debe a que son instituciones de gobernanza dedicadas a la producción de aceite de oliva. Además, se encuentran en las zonas de mayor producción de aceite de oliva de Europa (Langreo Navarro, 2010).

¹⁶ Los estudios de caso analizados en esta tesis doctoral han sido publicados en revistas de impacto o se encuentran en proceso de revisión por pares en dichas revistas.

El interés de esta selección es que ambas regiones gestionan de forma diferente un mismo recurso material, pero a través del mismo mecanismo de gobernanza. Mientras en el caso español las denominaciones de origen aún tienen una gran cuota de mercado, en Italia la venta fuera de las denominaciones de origen es cada vez mayor. El modo de gestión de los recursos inmateriales está cambiando en ambos casos y cabe preguntarse en qué dirección se está realizando este cambio y si este camino es el correcto en una economía postindustrial. Es importante señalar que en el trabajo con el caso de estudio italiano se ha podido trabajar con el grupo de investigación del Dipartimento di Scienze Agrolimentari e Territoriali, perteneciente a la Università degli Studi di Bari, expertos en la cadena de valor del aceite de oliva en Italia, que han facilitado una red de contactos y han proporcionado información sobre el contexto específico italiano¹⁷.

Por otro lado, para el estudio de caso de los sistemas agroalimentarios alternativos, se ha seleccionado una única aproximación a terreno, el Ecomercado de Granada, con un grado medio de compromiso ético y político de sus socios, marcado con la imagen de un tomate en la ilustración 3. De esta forma, se ha analizado uno de los tipos de RAA que han sido señalados por la literatura académica¹⁸. El Ecomercado de Granada (Granada, España)¹⁹ se trata de una combinación de consumidores y productores en una misma institución, pero el consumidor no tiene por qué ser socio de la institución, por lo que su compromiso se limita al día de celebración, estableciéndose un compromiso medio dentro de los distintos tipos de RAA que se han señalado en el capítulo 4. Este caso se corresponde con el denominado por la literatura académica como Mercado de Productos Agrarios (MPA), en el que se establece un contacto directo entre productores y consumidores de productos.

¹⁷ Este trabajo es resultado de la estancia doctoral realizada en la Università degli Studi di Bari entre septiembre de 2021 y diciembre de 2021.

¹⁸ Para conocer estos tipos de RAA ver el capítulo 4.

¹⁹ Una contextualización más amplia de cada caso de estudio se lleva a cabo en los capítulos 7 y 8, incluido un mapa específico de cada zona de estudio.

Esta figura es candidata a ser un mecanismo de gobernanza agroalimentaria colectiva que, mediante la gestión colectiva de recursos inmateriales asociados a la producción material, pueda frenar la apropiación rentista del valor producido mediante significados y valores de las comunidades locales por parte de las grandes transnacionales.

Ilustración 4. Casos de análisis llevados a cabo y su localización geográfica.



Fuente: Elaboración propia en base a la aplicación ArcGis.

Esta selección de los análisis de estudio puede dar lugar a la realización de una comparativa sobre la adaptación de cada sistema de gobernanza a la economía postindustrial. Para ello, se tomó como referencia el modelo propuesto en el capítulo 5. Este modelo establece líneas de valorización a partir de tres “drivers”: 1) la capacidad de interpretación por parte de los consumidores de los significados incorporados en la producción material de alimentos; 2) la cantidad de veces que se propagan y replican estos significados; 3) la capacidad de apropiación del valor generado entre los distintos actores que participan en su producción y sostenimiento. A partir de estos tres *drivers* se

codificará el análisis que permitirá analizar si a través de la correcta gestión de los recursos inmateriales es posible frenar la apropiación rentista del valor por parte de las grandes corporaciones transnacionales y resolver la crisis agroalimentaria actual. La crisis de rentas agrarias no es un fenómeno exclusivo del sistema agrario español. Puede considerarse un fenómeno occidental (Serres, 2013), hecho que motiva la selección de estudios tanto en España como en Italia.

Para llevar a cabo las etapas 3 y 4 de la guía de Stott y Ramil (2014) para estudios de caso, se han utilizado técnicas de recolección de información cualitativas y de corte etnográfico. A continuación, se relatan las técnicas comunes a todos los casos de estudio.

En cada uno de los estudios de caso seleccionados las aproximaciones al campo de estudio se han realizado siguiendo dos fases (ver tabla 8).

Tabla 7. Resumen de instrumentos metodológicos comunes utilizados en todos los estudios de caso.

	Fase I	Fase II
Instrumento	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental - Mapeo de Actores clave - Observación participante²⁰ 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas semiestructuradas

Fuente: Elaboración propia en base al trabajo de campo realizado.

²⁰ En los estudios llevado a cabo durante la estancia en Italia, más que una observación participante se llevó a cabo un análisis exploratorio del funcionamiento y situación de los participantes. A pesar de que se han seguido las guías de Kawlich (2005) y Taylor y Bogdan (1984) no puede considerarse una observación participante al uso. Esto se debe a que la observación participante requiere de más tiempo de incursión del investigador en los estudios que se pretenden analizar. Por tanto, se considera más una exploratoria que una observación participante.

En una primera fase, se han analizado fuentes documentales de las organizaciones profesionales, noticias de prensa, informes gubernamentales y legislación, que ayudaron a construir un contexto de interpretación adaptado a la idiosincrasia de cada estudio, es lo que Stott y Ramil (2014) denominan “revisión documental”. Posteriormente a la revisión documental tiene lugar una observación participante, siguiendo las guías de Kawlich (2005) y de Taylor y Bogdan (1984). La idea de la observación participante es establecer relaciones abiertas con los participantes, llevando los participantes en el estudio a olvidar que el investigador se propone investigar (Taylor y Bogdan, 1984).

Este método de recolección de datos permitió llevar a cabo la técnica de “mapeo de actores” también conocido como mapas sociales o sociogramas. El Mapeo de Actores Claves (MAC) supone el uso de esquemas para representar la realidad social en que estamos inmersos, comprenderla en su extensión más compleja posible y establecer estrategias de cambio para la realidad así comprendida (Gutiérrez, 2007). El MAC no solo consiste en sacar un listado de posibles actores de un territorio, sino conocer sus acciones y los objetivos del por qué están en el territorio y sus perspectivas en un futuro inmediato (Ceballos, 2004). Lo que caracteriza a un actor social es “su posición particular en el campo de estudio, su papel o rol (aquello que hace o podría hacer en él, por lo que es conocido en el campo) y sus propósitos o intereses respecto de ese escenario o lo que se procesa en él. En consecuencia, esperaríamos que ese actor social se comporte de una manera particular en ese escenario de interacción, probablemente diferente, en todo o en ciertos aspectos, con respecto a los otros actores sociales que identificamos” (Comber et al., 2003).

Por tanto, la primera labor que se realizará en los análisis de caso seleccionados será la búsqueda de actores clave, aquellos que por su posición o experiencia son reconocidos por la comunidad como expertos. El resultado de este procedimiento, el MAC, por tanto,

señala las personas entrevistadas en la segunda fase, debido al reconocido prestigio que tiene en su determinado contexto y su representatividad del colectivo en su modo de actuar.

Posteriormente, se ha empleado la técnica de “seguir a los actores”, siguiendo el enfoque de la Teoría Actor-Red (TAR) (Latour, 2013; Callon, 1991). La TAR argumenta que el conocimiento científico es local y construido por una red de actores. En lugar de considerar los resultados o representaciones producidos por la ciencia, la TAR busca identificar los procesos que producen los resultados (Frohmann, 2001). La TAR es un conjunto de pequeños relatos o historias. En ellos, el analista siempre pone su mirada sobre relaciones y no sobre entidades fijas o estaciones establecidas (Callon, 1991). Del mismo modo, su preocupación es siempre el cómo se producen las mencionadas relaciones, cómo éstas se ensamblan, giran alrededor de ciertas entidades o constituyen otras nuevas (Callén Moréu et al., 2011). No se debe jerarquizar nada en el análisis de un proceso, ni un evento ni un conjunto de actores, hay que observar lo que allí se está produciendo (Callon, 1986). No hay que presuponer verdades de mainstream, ni discursos supuestamente marginales, sino que la construcción del evento o del colectivo se nutre de una infinidad de actores, discursos e intervenciones que hay que permanentemente actualizar (Latour, 2007).

Hay cuatro aspectos para aplicar la TAR a un ámbito geográfico determinado: necesitamos identificar (a) los actores (en el caso de esta tesis doctoral, se realiza a través del MAC), (b) sus redes, (c) cómo la TAR desarrolla su análisis y (d) cómo se aplica la TAR (Comber et al., 2003). Una red a menudo se describe en términos de nodos y enlaces. En TAR los nodos son Actores, y un Actor es cualquier entidad que interactúa con otros actores o sirve como intermediario entre actores. La TAR acepta humanos y no humanos

(objetos) como actores, ya que todas las interacciones entre humanos están mediadas a través de objetos de un tipo u otro (Law, 1992).

En definitiva, esta técnica fundamentalmente trata de no jerarquizar a priori fundamentos ontológicos y epistemológicos de la ciencia racionalista moderna, descalificando o invisibilizando otras modalidades (Bloor, 1997). La metodología de análisis de lo social seguida debe alimentarse de controversias y tratarlas simétricamente, es decir despojándolas de todo presupuesto sobre cada uno de las intervenciones de sus participantes (Latour, 2008).

En la segunda fase, con la idea de “seguir a los actores”, aplicando la TAR al análisis de casos y una vez realizado el MAC durante el proceso de observación participante, se llevan a cabo entrevistas semiestructuradas con los actores claves identificados (MAC) durante la primera fase.

La intención durante las entrevistas semiestructuradas fue tratar de testar la realidad, analizar cómo los distintos mecanismos de gobernanza gestionan de forma colectiva los recursos inmateriales asociados a la producción de alimentos. En torno a esta idea se han mantenido las entrevistas semiestructuradas. Como señalan Hammer y Wildavsky (1990: 24) “no se producen dos entrevistas semiestructuradas iguales ya que en ellas intervienen múltiples factores como las vivencias de los entrevistados o incluso el estado de ánimo del entrevistador”. Para realizar dichas entrevistas semiestructuradas se siguió la guía de Hammer y Wildavsky (1990) y de Tonon de Toscano (2009), en las que se establece que el entrevistador partirá de una idea clave y del objetivo que se pretende testar, no preestableciendo preguntas, dándole importancia a las preguntas “cómo” y “qué más me puede contar sobre esto”. En los estudios llevados a cabo en esta tesis doctoral se partió de ideas globales comunes en cada estudio de caso, identificadas en la primera fase. La paridad por sexos estuvo presente en el proceso de selección de los agentes entrevistados

durante la primera fase. El número de entrevistas estuvo determinado por el punto de saturación de la información obtenida (Weller et al., 2018), es decir, las entrevistas se detuvieron cuando los agentes entrevistados repiten información que ya ha sido señalada por otros entrevistados y no se aporta información adicional. La duración de las entrevistas fue alrededor de 45-60 minutos en promedio, siguiendo las recomendaciones de Adams (2015) y de Magaldi y Berler (2020).

Una vez finalizada la entrevista con el agente, se procedió a analizar dicha entrevista en el plazo de 24 horas, para poder comprobar que no se había llegado al punto de saturación y con el fin de incorporar la información recolectada a las nuevas entrevistas a fin de testar la importancia de algunas cuestiones que se habían pasado por alto durante la fase 1. Una vez finalizadas todas las entrevistas, se analizaron todas en conjunto con el fin de incorporar la información más relevante en torno al modelo propuesto, produciéndose así el informe de resultados presentado en cada una de las secciones de cada estudio de caso siguiendo la guía de Mayring (2014) que establece que la codificación por temas debe provenir de la categorización que el investigador previamente haya definido. En el caso de esta tesis doctoral se han codificado las entrevistas a partir de los tres drivers propuestos en el capítulo 5, como anteriormente se ha señalado. Se analizó si cada argumentación de los entrevistados afectaba a alguno de los tres drivers o si por el contrario se trata de algún tipo de mediación cognitiva. Las entrevistas en profundidad fueron grabadas con el consentimiento verbal del entrevistado. Un aspecto importante a resaltar en esta tesis doctoral es que en todo momento se mantiene la confidencialidad del entrevistado, en todos los casos se llegó a este acuerdo con los agentes y los datos señalados en el transcurso de la investigación han sido anonimizados.

Estos son los instrumentos metodológicos comunes a todos los casos de estudio. En las posteriores secciones de este capítulo se atenderán a las particularidades metodológicas

de cada caso y al perfil de las personas entrevistadas durante la segunda fase. En la tabla 8 se resume la información principal de cada uno de los análisis de caso.

Tabla 8. Información metodológica principal de cada uno de los análisis de estudio²¹.

Estudio de caso	Instrumentos de recolección de información.	Fechas del estudio	Tipo de sistema de gobernanza
Sierra Mágina	20 entrevistas y un grupo de discusión con agricultores.	Octubre de 2019- marzo 2020	Tradicional.
Ecomercado de Granada	10 entrevistas y una encuesta breve a compradores (N=50).	Mayo de 2018- octubre de 2019.	Alternativo.
Terra di Bari.	11 entrevistas.	Septiembre de 2021- diciembre de 2021.	Tradicional.

Fuente: Elaboración propia en base a los análisis de caso realizados.

Posteriormente al estudio de cada uno de los casos de estudio seleccionados, se ha llevado a cabo un análisis comparativo entre ellos. Este análisis comparativo es posible gracias a la utilización del modelo cualitativo de generación de valor. Las mismas categorías son analizadas en los tres casos de estudio llevados a cabo, permitiendo la comparabilidad de los casos. Esto hace que podamos afirmar qué caso de estudio se adapta más correctamente a una economía postindustrial y qué vías de valorización son las más

²¹ La presentación de las aproximaciones a terreno sigue un orden geográfico. Los tres primeros análisis de caso son los realizados en España; Por otro lado, los dos siguientes se llevaron a cabo en Italia durante una estancia de investigación.

utilizadas por cada mecanismo de gobernanza analizado. Es este modelo, aplicado en las tres aproximaciones realizadas, el que nos permite que se puedan analizar los mecanismos de forma comparativa.

Una vez analizados los aspectos comunes de todas las aproximaciones a terreno, en las siguientes secciones profundiza en los detalles metodológicos no mencionados hasta el momento. En concreto se expondrán las características sociodemográficas de los participantes, los criterios de inclusión establecidos para la selección de entrevistas y métodos de recolección de información específicos utilizados en algunos contextos geográficos específicos.

6.1. Detalles metodológicos del análisis del aceite de oliva en Sierra Mágina.

Se realizaron un total de 20 entrevistas semiestructuradas a directivos y trabajadores de las distintas almazaras, agentes comerciales, a directivos de la DO 'Sierra Mágina', a funcionarios de la administración provincial y, por último, una persona responsable de la Asociación de Desarrollo Rural. En la tabla 9 se detallan los perfiles de los agentes entrevistados. Los criterios de inclusión utilizados durante la elaboración del MAC para la selección de los agentes son: 1- trabajo en el ámbito del aceite de oliva, en especial conociendo la situación de la DO Sierra Mágina; 2- representatividad de la muestra respecto a la conformación de la estructura de la DO. 3- experiencia mínima de 6 años en la DO; 4- amplio conocimiento del sector o subsectores que afecten a la producción, promoción y venta del aceite de oliva. Se ha seleccionado una antigüedad mínima de 6 años debido a la búsqueda de participantes que hayan vivido diferentes etapas en la venta y comercialización de aceite de oliva dentro de la DO.

Tabla 9. Agentes entrevistados durante la aproximación de campo en Sierra Mágina.

Agente entrevistado	Rol	Edad	Sexo	Nivel de educativo	Experiencia
SM1	Trabajador ²² de almazara	52	Masculino	Estudios secundarios	15 años
SM2	Representante ADR	56	Masculino	Estudios universitarios	24 años
SM3	Trabajador administración provincial	55	Masculino	Estudios universitarios	16 años
SM4	Trabajador administración provincial	45	Femenino	Estudios universitarios	10 años
SM5	Directivo de almazara ²³	45	Femenino	Estudios secundarios	20 años
SM6	Trabajador de almazara	62	Masculino	Estudios primarios	42 años
SM7	Trabajador de almazara	37	Masculino	Estudios secundarios	6 años
SM8	Trabajador de almazara	56	Masculino	Estudios primarios	20 años
SM9	Directivo de almazara	60	Masculino	Estudios primarios	36 años
SM10	Agente comercializador	45	Masculino	Estudios universitarios	10 años
SM11	Directivo de almazara	30	Femenino	Estudios universitarios	6 años
SM12	Agente comercializador	52	Masculino	Estudios universitarios	12 años

²² Nota metodológica: Con la etiqueta de trabajador de almazara se hace referencia a que el entrevistado forma parte de cualquier categoría dentro de la almazara (trabajador de extracción, administrativo u operario). No se especifica cuál de estas categorías concretas pertenecen por esticto deseo de los entrevistados.

²³ Los directivos de almazara que aparecen con dicha etiqueta han accedido a que este rol aparezca.

SM13	Representante de la DO	54	Masculino	Estudios universitarios	20 años
SM14	Agente comercializador	43	Masculino	Estudios universitarios	6 años
SM15	Directivo de almazara	52	Femenino	Estudios secundarios	18 años
SM16	Trabajador de almazara	41	Masculino	Estudios primarios	8 años
SM17	Trabajador de almazara	34	Masculino	Estudios secundarios	6 años
SM18	Trabajador de almazara	37	Femenino	Estudios universitarios	6 años
SM19	Trabajador de almazara	39	Masculino	Estudios secundarios	12 años
SM20	Directivo de almazara	63	Masculino	Estudios primarios	40 años

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas realizadas.

Algunas de las cuestiones planteadas en las entrevistas formuladas sobre la estrategia de comercialización, la situación de la producción de aceite de oliva en la comarca, la diferenciación del aceite de oliva ecológico, el peso específico de la venta de aceite a granel, la situación de los agricultores desde un punto de vista institucional vista, la creación de nuevas marcas y sellos de calidad, o la promoción del oleoturismo por parte de diferentes instituciones públicas y privadas.

Como técnica de recolección de datos en este análisis de caso, se ha realizado un grupo de discusión con productores locales, ya que es el área geográfica con mayor extensión de las analizadas y los problemas y fortalezas de cada zona de la comarca pueden ser diferentes. El grupo de discusión fue diseñado según la guía de Lederman (1990) y la

guía de Ibañez (1986), que establecen que el investigador debe permanecer como un guía de la conversación, sin establecer normas discursivas, pero dirigiendo la conversación hacia la temática de análisis, actuando como un moderador e incorporando cuestiones relevantes mediante preguntas abiertas. La entrevista no estuvo estructurada con forme a temáticas definidas, sino que se trató de una conversación abierta en la que los participantes señalaron sus preocupaciones y visiones. El investigador sugiriendo el tema de discusión inicial, pero restringiéndose a plantear cualquier pregunta directa una vez iniciada la sesión, limitándose su papel a animar la conversación. En el caso de Sierra Mágina se comenzó con una pregunta abierta: ¿Cuáles son los elementos de la denominación de origen para poner en valor el aceite Sierra Mágina? A partir de esta pregunta se desarrolló una conversación de 1 hora y 15 minutos en la que la mayoría de los agricultores señalan dificultades de la DO para valorizar aceites. En el grupo de discusión participó un grupo de 10 olivareros de diferentes zonas de la comarca, que no se conocían entre sí. El propósito fue familiarizarse con los problemas que enfrentan y las soluciones que proponen con el fin de “seguir a los actores” y no obtener solamente una visión institucional. El número de actores y sus características estuvo determinado por su representatividad dentro de la estructura comarcal. La presencia de mujeres se vio limitada por el hecho de que la producción de aceitunas sigue siendo una industria muy dominada por hombres. La motivación para implementar esta técnica fue conocer de primera mano las inquietudes y fallas del sistema desde el punto de vista de los agricultores y permitir que sus ideas se complementaran con las de sus compañeros para construir una narrativa de los productores.

Los criterios de inclusión para participar en esta discusión grupal fueron los siguientes;

- 1- productor o jornalero con más de 7 años de experiencia en el sector;
- 2- haber pertenecido o haber trabajado en la DO durante al menos 5 años consecutivos;
- 3-

conocimiento del sector del aceite de oliva y su comercialización; 4- predisposición a participar en un debate grupal. El establecimiento de cinco años consecutivos dentro de la DO se debe a la necesidad de conocer opiniones de agricultores con una trayectoria reciente en la producción de aceite de oliva. La justificación de esta necesidad reside en la búsqueda de información acerca de los cambios producidos en la elaboración y venta de aceites durante este periodo. El perfil de los agentes incluidos en la discusión grupal viene detallado en la tabla 10.

Tabla 10. Perfil de los agentes incluidos en la discusión grupal.

Agente	Cargo en finca	Edad	Sexo	Antigüedad en el sector
AFS1	Pequeño productor	54	Masculino	35 años
AFS2	Gran productor	45	Masculino	26 años
AFS3	Pequeño productor	56	Masculino	40 años
AFS4	Jornalero	35	Masculino	8 años
AFS5	Jornalero	40	Femenino	22 años
AFS6	Jornalero	52	Masculino	30 años
AFS7	Jornalero	29	Masculino	7 años
AFS8	Pequeño productor	49	Femenino	30 años
AFS9	Pequeño productor	40	Masculino	12 años
AFS10	Pequeño productor	68	Masculino	50 años.

Fuente: Elaboración propia en base a los perfiles del grupo de discusión.

Por tanto, las dos grandes herramientas de recolección de datos en este caso han sido las entrevistas semiestructuradas y el grupo de discusión.

6.2. Detalles metodológicos de la aproximación a la denominación de origen Terra di Bari.

La fase de entrevistas semiestructuradas se implementó desde mediados de octubre hasta diciembre de 2021. Para el caso de la DOP italiana los criterios de inclusión para la selección de los agentes a participar en las entrevistas semiestructuradas fueron los siguientes: 1- conocimiento del mercado de aceite de oliva; 2- una antigüedad superior a los cinco años en este campo; 3- capacidad de hablar otro idioma tal como el inglés o español para posibles dudas lingüísticas entre el entrevistado y el entrevistador. El establecimiento de cinco años como criterio se justifica por la necesidad de encontrar participantes con una trayectoria dilatada dentro del campo de estudio. Los perfiles de las entrevistas llevadas a cabo durante el trabajo de campo en esta denominación de origen están detallados en la tabla 11. Las entrevistas giraron en torno a la comercialización de aceites de oliva, los modos de producción y elaboración de los mismos, cambios en las formas de producción, la situación de las empresas productoras y su propiedad, las dificultades que las denominaciones de origen tienen para la adaptación al cambio, y las nuevas formas de venta directa a través del oleoturismo.

Tabla 11. Perfil de los agentes entrevistados en el caso de Terra di Bari.

Actor	Tipo de responsabilidad	Edad	Sexo	Antigüedad en el sector
TBCB1	Agricultor	45	Masculino	20 años

TBCB2	Agricultor con masía.	58	Masculino	25 años
TBCB3	Académico	45	Masculino	23 años
TBCB4	Académico	38	Femenino	5 años
TBCB5	Académico	60	Masculino	35 años
TBCB6	Académico	52	Masculino	28 años
TBCB7	Agricultor propietario de fábrica.	55	Masculino	30 años
TBCB8	Agricultor propietario de fábrica.	62	Masculino	35 años
TBCB9	Agricultor	64	Masculino	46 años
TBCB10	Distribuidor	42	Masculino	16 años
TBCB11	Agricultor con masía.	56	Masculino	30 años

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas seleccionadas.

En estos perfiles no fue posible mantener un equilibrio entre sexos. Es una consecuencia del desequilibrio de sexos en este sector, ya que la mayoría de los agricultores y trabajadores asociados a este sector en la economía italiana es mayoritariamente de sexo masculino.

6.3. Detalles metodológicos de la aproximación al Ecomercado de Granada.

El Ecomercado de Granada surge a través de un proyecto de investigación-acción participación (IAP). El método de la investigación-acción participación (IAP) combina dos procesos, el de conocer y el de actuar, implicando en ambos a la población cuya realidad se aborda. Al igual que otros enfoques participativos, la IAP proporciona a las

comunidades y a las agencias de desarrollo un método para analizar y comprender mejor la realidad de la población (sus problemas, necesidades, capacidades, recursos), y les permite planificar acciones y medidas para transformarla y mejorarla. Es un proceso que combina la teoría y la praxis, y que posibilita el aprendizaje, la toma de conciencia crítica de la población sobre su realidad, su empoderamiento, el refuerzo y ampliación de sus redes sociales, su movilización colectiva y su acción transformadora (Eizaguirre y Zabala, 2006). Este enfoque ha sido tenido en cuenta para la preparación de las entrevistas semiestructuradas llevadas a cabo en esta aproximación. La creación de la institución a través de este enfoque ha determinado en gran parte su espíritu colectivo.

Durante las entrevistas semiestructuradas se consideraron necesarias poner de relieve algunas cuestiones claves con actores con gran relevancia en las decisiones del Ecomercado. Para llevar a cabo esta labor se realizaron un total de 10 entrevistas semiestructuradas. Entre las cuestiones abordadas se destacan el compromiso ético de los productores en producir bajo el enfoque agroecológico y la conciencia social del consumidor. También se considera de especial importancia la opinión de los informantes clave acerca de la gestión del recurso material gestionado por el Ecomercado (Vega de Granada). Los criterios de inclusión para ser considerados actores claves fueron los siguientes; 1- tener una antigüedad 5 años o superior en la experiencia, 2- tener conocimiento acerca del enfoque agroecológico y de redes alimentarias alternativas, 3- la participación en el día a día del Ecomercado perteneciendo como socio, 4- paridad de sexos. Se estableció el criterio de antigüedad debido a que se consideraba, una vez realizada la observación participante, que transcurrido este periodo el entrevistado cuenta con la suficiente experiencia como para poder responder acerca de la trayectoria y problemas pasados del Ecomercado. El perfil de las entrevistas se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 12. Perfil de los actores clave del Ecomercado entrevistados.

Actor	Rol en el Ecomercado	Edad	Sexo	Antigüedad en el Ecomercado	Nivel educativo
EMG 1	Facilitador	45	Masculino	Desde su creación.	Doctor Universitario
EMG 2	Facilitador	50	Masculino	5 años (Hasta 2017)	Doctor Universitario
EMG 3	Productor	40	Femenino	5 años (Desde 2014-Actualidad)	Titulada universitaria
EMG 4	Productor	45	Masculino	Desde su creación.	Estudios secundarios
EMG 5	Productor	55	Masculino	Desde su creación.	Estudios secundarios
EMG 6	Productor	42	Femenino	Desde su creación.	Titulada universitaria
EMG 7	Consumidor	35	Masculino	5 años (Desde 2014).	Titulado universitario
EMG 8	Consumidor	63	Femenino	Desde su creación.	Estudios primarios
EMG 9	Consumidor	47	Femenino	5 años (Desde 2014)	Estudios secundarios
EMG 10	Consumidor	38	Masculino	Desde su creación.	Titulado universitario

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas realizadas.

Como método de recolección de datos adicional se ha utilizado para el análisis de caso en el Ecomercado de Granada la elaboración de una encuesta breve²⁴ a los consumidores del mismo. El sentido de esta encuesta corta era conocer de primera mano cuales eran los motivos por los que los consumidores (estuviesen o no involucrados en el día a día de la organización) visitaban el Ecomercado. El diseño parte de algunas consideraciones observadas durante el proceso de observación participante. Algunos de los consumidores con los que se mantuvo conversaciones informales señalaban estos ítems como los más importantes. El cuestionario debe recoger información sobre todas las variables consideradas de interés. Sin embargo, antes de redactar las preguntas que forman el cuestionario, debemos conocer cuál es la población diana a la que se dirige (nivel cultural, edad) y el sistema por el que se va a aplicar, ya que serán estos aspectos los que condicionarán el número de preguntas, el lenguaje empleado y el formato de las respuestas (García Alcaraz et al., 2006). En este análisis de caso la encuesta corta se suministró a 50 consumidores asistentes al Ecomercado con edades comprendidas entre 20-57 años, con paridad de sexos, no encontrándose diferencias significativas entre ellos. Fueron entregadas en mano, en formato papel. Este método, a pesar de ser más dificultoso para sistematizar los resultados, permite que el encuestado responda a la encuesta en el momento. Se hicieron pruebas para mandar las encuestas en formato electrónico pero el número de respuestas fue muy inferior, por lo que se desechó este método. También se dio opción de hacer la encuesta a través de dispositivos móviles y algunos de los encuestados eligió esta opción²⁵. El objetivo de esta encuesta es conocer cuáles son los aspectos que consideran más relevantes del Ecomercado, se les cuestiona por otros aspectos clave en instituciones de RAA, como el apoyo a la economía local, la mejora del

²⁴ Ver en el anexo IV el ejemplo de encuesta que fue suministrada a los consumidores del Ecomercado.

²⁵ La encuesta en dispositivo móvil dispone de las mismas preguntas que en formato papel. Sólo se modifica el soporte. También se pidió que la encuesta se hiciera en ese momento, el investigador se mantuvo cerca para la resolución de dudas que pudieran surgir.

medioambiente, la mayor calidad de los productos, el precio de los productos o la producción de cercanía, dando muestra de la importancia del aspecto político de la organización. Además, se les cuestiona por su grado de compromiso por el mantenimiento de la RAA, aunque no puedan beneficiarse directamente (“consumidor político”)

La etapa 5 de la guía de Scott y Ramil (2014) dedicada a la elaboración del informe se desarrolla en los capítulos 7 y 8 de esta tesis doctoral.

CAPÍTULO 7. SISTEMAS TRADICIONALES DE CALIDAD ALIMENTARIA. ANÁLISIS DE DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS COMO ELEMENTO PROTECTOR DE RENTAS Y CREACIÓN DE VALOR EN UNA ECONOMÍA COGNITIVA.

7.1. Introducción.

Tal y como se ha desarrollado en el capítulo 4, las denominaciones de origen son el elemento tradicional protector de las rentas del agricultor en los países occidentales, especialmente en el sur Europa (principalmente en España, Italia y Francia). De hecho, la mayor parte de las DOP e IGP del territorio europeo se encuentran en estos países. A pesar de que, como se ha señalado, muestran signos claros de agotamiento se hace necesario analizar este mecanismo. Esto se justifica por la importancia que esta figura de gobernanza mantiene sobre el campo en dichos territorios. No se entiende la agricultura europea sin este sistema de gobernanza que ha favorecido un paso adelante en la calidad de los productos agroalimentarios europeos desde finales de los 90 hasta la actualidad.

El sector agrario europeo vive una situación dramática. Los precios que los productores reciben por sus productos en origen descienden cada año mientras que los costes de producción siguen aumentando, siendo cada vez más frecuente el cierre de las explotaciones y la escasa inversión en las mismas. Añadida a esta situación cabe mencionar el recorte de las ayudas directas al sector agrario después de numerosas reformas de la Política Agrícola Común (PAC) haciendo que el ingreso directo de los productores descienda considerablemente (Maté, 2009).

Por otro lado, la competencia a la que se enfrentan los agricultores cada vez es mayor debido a la deriva librecambista y neoliberal de las decisiones comunitarias en las últimas décadas (Marie-Vivien et al., 2017). El mercado europeo está cada vez más copado de alimentos producidos en terceros países, en los que los costes de producción y laborales

son muy inferiores a los que deben hacer frente los productores occidentales (Montagut y Vivas, 2007). Este hecho hace que el mercado esté lejos de una situación de competencia perfecta, produciéndose grandes desigualdades entre los productores comunitarios y terceros, tensionando los precios a la baja. Se plantea una situación donde los productores comunitarios se ven obligados por el mercado a vender a pérdidas o lo que es lo mismo, los precios de venta de los productos agroalimentarios llegan a ser inferiores a los costes de producción.

Ante esta situación la solución se torna muy compleja. Por un lado, se produce el abandono de agricultores que ante esta situación deciden salir del mercado, a causa de la escasa rentabilidad de la explotación de sus tierras (Molinero Gerbeau y Muñoz Rico, 2022). Los pequeños agricultores que se mantienen en el mercado en gran parte lo consiguen gracias a las ayudas de la PAC, a la amortización de la inversión ya realizada, a la reserva de trabajo familiar y al hecho de constituir un complemento de rentas, es decir, la agricultura no es el sustento principal de la familia (Hinojosa Rodríguez et al., 2014). Por otro lado, se produce todo lo contrario, grandes explotaciones intensivas cada vez con mayor nivel de mecanización y con un mayor desgaste de suelo y fertilidad con la intención de abaratar costes y obtener una mayor productividad (Tarditti, 2012).

A pesar de esto, también se están produciendo fenómenos interesantes en el campo europeo. Cada vez son más comunes los productores innovadores que lejos de competir en cantidades prefieren competir en calidad. Así, se producen vinos o aceites de excelsa calidad que son muy apreciados por los mercados internacionales, obteniendo una ventaja competitiva respecto de los productos de terceros países no comunitarios. Esta vía se abre camino entre el pequeño productor, aunque si bien es cierto es aún incipiente. A pesar de que los agricultores están abiertos a estos nuevos procesos, es cierto que las

denominaciones de origen promocionan y gestionan formas de elaboración tradicionales, produciéndose un choque entre la producción y la gestión.

Por otro lado, el consumidor cada vez percibe más lejos la producción de alimentos, dejando de ser las denominaciones de origen una marca de calidad diferenciada que facilita la comprensión del consumidor (Macías Vázquez y Morillas del Moral, 2022). Sólo mediante la gestión colectiva de recursos inmateriales asociados a la producción de alimentos, las denominaciones de origen pueden facilitar la mediación entre la producción y el consumo, actuando como validador, que permita la valorización de los alimentos.

En las siguientes secciones se analizarán dos denominaciones de origen. Una denominación de origen española como la DOP “Sierra Mágina (Jaén, España) y otra denominación de origen italiana, la DOP “Terra di Bari” (provincia de Bari, Apulia, Italia). Ambas son productoras de aceite de oliva y se han seleccionado estos casos a fin de poder realizar un análisis comparativo entre ellas. El objetivo de este análisis es comprobar las dificultades a las que se enfrentan y las vías de valorización de sus productos existentes con el fin de favorecer un desarrollo rural sostenible.

7.2. La Denominación de Origen Protegida “Sierra Mágina”. Análisis de su evolución, situación y retos en una economía postindustrial.

7.2.1. Introducción

El cultivo del olivar en la provincia de Jaén se remonta hasta la Antigüedad, pero el desarrollo del olivar contemporáneo se produjo en el siglo XX. La producción de olivar representaba en 1900 un 25,5% del total de producción agraria y, en 1998, representaba un 89,2% del dicho total (Zambrana Pineda, 2006).

La importancia del cultivo del olivar en la comarca de Sierra Mágina no es distinta a la del resto de la provincia de Jaén. La estructura productiva de la provincia completa se encuentra ligada de forma decisiva a la agricultura y la producción de productos agroalimentarios, en especial al cultivo del olivar, ocupando este un 83,38% de la superficie cultivada. El 20,5% de la población activa se dedica al sector de la agricultura en contraste con el resto de España donde sólo el 4,2% de la población activa trabaja en el sector agrícola (INE, 2021).

Durante la campaña de recolección de aceitunas, Jaén se convierte en un gran foco de trabajo agrícola en la que se generan cerca de 7.000.000 de jornales, cifra que nos acerca la importancia de la actividad oleícola en esta provincia. La superficie española representa más del 30% de la mundial y el 46% de la europea. Andalucía, con el 61% de la superficie nacional, es la región olivarera más importante de España. En el ámbito provincial, Jaén, con el 25% de la superficie nacional, el 40% de la andaluza y el 7,5% de la mundial es la provincia olivarera más importante del mundo (Rodríguez Cohard y Parras, 2011).

En cuanto a Sierra Mágina, es una comarca encuadrada en la parte centro-sur de la provincia de Jaén, en el entorno montañoso de Mágina, limítrofe al sur con la provincia de Granada (ver ilustraciones 4 y 5).

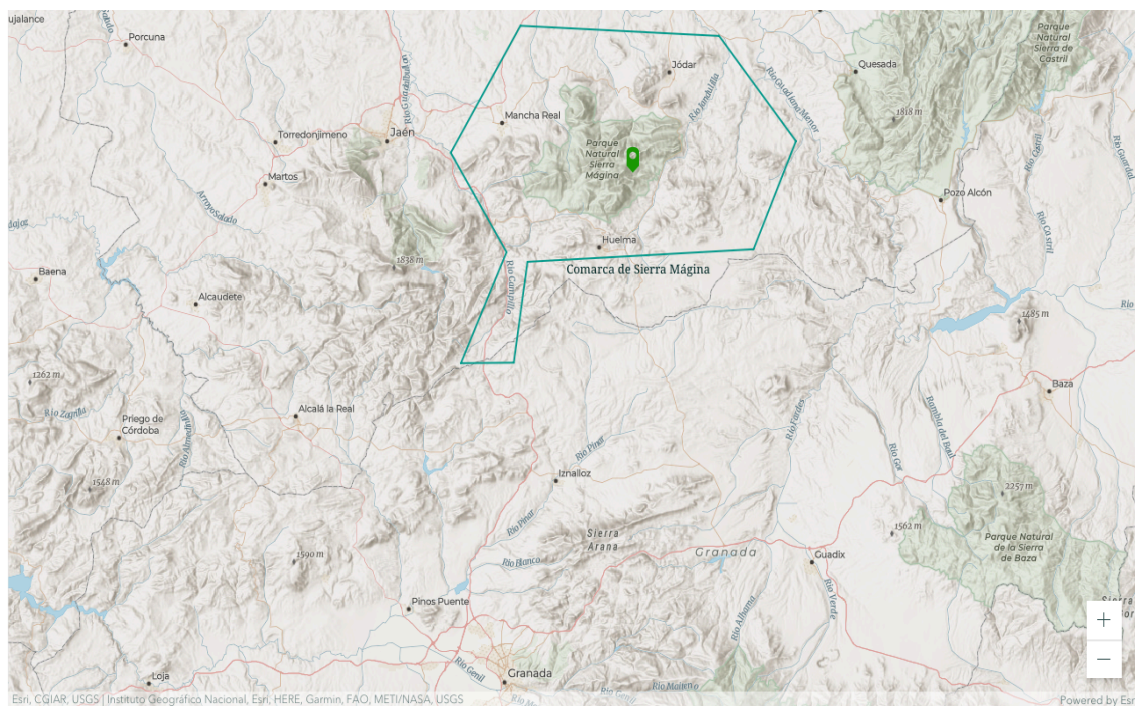
En esta comarca el clima es mediterráneo, donde las lluvias son escasas, especialmente en los meses de verano. Las temperaturas son frías en invierno y muy cálidas en verano, lo que hace que el cultivo del olivar sea el más idóneo para esta zona. La comarca comprende los términos municipales de Pegalajar, Mancha Real, Torres, Bedmar y Garcéz, Cambil, Noalejo, Cárcheles, Jimena, Cabra del Santo Cristo, Campillo de Arenas, Huelma, Bélmez de la Moraleda, Jódar y Albanchez de Mágina (24 almazaras colectivas, son más privadas).

Ilustración 5. Sierra Mágina en España.



Fuente: Elaboración propia a través de la aplicación ArcGis.

Ilustración 6. Sierra Mágina en su zona geográfica de influencia.



Fuente: Elaboración propia en base a la aplicación ArcGis.

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina es una corporación de derecho público, que fue reconocida por la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía en 1995. Desde 1999 fue reconocida por la Unión Europea como Denominación de Origen Protegida.

La orografía muy pronunciada, con pendientes medias superiores al 15%-20% y una altura entre los 600 y 1300 metros (ver ilustración 6). El 60% del olivar de la comarca es un cultivo de regadío. Este hecho favorece la mayor productividad del olivar, con el mantenimiento del fruto en los cálidos meses de verano y mejora del rendimiento en los meses de menor exigencia térmica. La comarca tiene aproximadamente unas 60.000 hectáreas de olivar, donde predomina la variedad picual, aunque conviven otras de menor calado como la aceituna Manzanillo de Jaén o la Cornezuelo. A pesar de que estas dos últimas variedades se utilizan mayoritariamente dedicadas a la venta de aceituna de mesa, también pueden utilizarse para la realización de aceites de oliva, obteniéndose un menor rendimiento de aceite por kilogramo de aceituna²⁶.

Un hecho importante a destacar en relación a Sierra Mágina es que la práctica totalidad de las aceitunas producidas están dirigidas a la elaboración de aceites de oliva, principalmente vírgenes extra. Se tratan de olivares en montaña y antiguos que dan como resultado aceites de oliva vírgenes extra de alta calidad, aunque con unos niveles menores de productividad y rentabilidad que un olivar intensivo cultivado en una zona de campiña. Esto tiene su explicación en la dificultad para la mecanización de los olivares de montaña, haciendo que el cultivo del olivar en esta zona sea intensivo en mano de obra, mientras el olivar de campiña es intensivo en maquinaria.

²⁶ Estas variedades tienen un menor porcentaje de grasa que la picual. La mayoría de los agricultores no las utilizan para la elaboración de aceites sino como variedad de mesa.

Ilustración 7. Orografía pronunciada y cultivo del olivar entre 600-1300 metros de altura.



Fuente: Fotografía realizada por el autor (2019).

Por tanto, se trata de manejo del cultivo tradicional y de escasa mecanización. Con un modelo de organización empresarial meramente cooperativo, en el que en cada localidad existe una sociedad cooperativa que engloba la producción de aceite de oliva de sus vecinos. El modo de producción en Sierra Mágina es de aceite de masas²⁷, por tanto, se hace necesario infraestructuras de gran capacidad de molienda y la elaboración de aceites se produce de forma continuada. A tal fin, las almazaras en Sierra Mágina tienen varias líneas de recepción de aceitunas, oscilando entre 3 y 8 líneas (ver ilustración 8). Además, la mayoría de agricultores no dedican la totalidad de su tiempo de trabajo a la olivicultura, ya que suelen trabajar durante el año en otros sectores como la construcción. Se emplea

²⁷ Se prima la cantidad de aceite a su mejor calidad, aunque esto se está modificando con el paso de las campañas de recolección.

mano de obra principalmente familiar. A pesar de esto, durante los meses de recolección gran parte del trabajo proviene de África subsahariana y Marruecos. La cantidad de abonos y fitosanitarios de tratamiento utilizados se reduce considerablemente con el objetivo de abaratar costes, a pesar de que en algunos casos puedan implicar una reducción del rendimiento de la finca. Esto último es resultado de la crisis de rentas que sufren los agricultores españoles (y occidentales) (Serres, 2013).

Ilustración 8. Líneas de producción de aceites en Sierra Mágina. Maquinaria de masas.



Fuente: Fotografía propia realizada por el autor (2020).

En el plano medioambiental, existe un cierto consenso entre los expertos, investigadores y agentes locales (tanto institucionales como productores) en que el problema principal

de la zona es el alto grado de erosión y degradación de suelos (Díaz, 2017; Menjívar Flores et al., 2009). Esto es debido al uso indebido de fitosanitarios, generando contaminación difusa y destrucción de la cubierta vegetal del suelo. Fruto de esta preocupación, en Sierra Mágina también existen experiencias de aceites de oliva virgen extra de origen ecológico a pesar de que, en la actualidad, la cantidad de aceites ecológicos aún es muy residual.

El interés de esta aproximación a terreno viene determinado por la coexistencia de cooperativas de aceite de oliva convencional y ecológico. Estas últimas están optando por la adopción de nuevas estrategias. Por otro lado, un gran aspecto de interés del estudio reside en el crecimiento de otras formas de propiedad que en la actualidad están ganando peso sobre el territorio. Esto se debe principalmente a la adecuación de las estrategias desarrolladas a las nuevas condiciones impuestas por la generación de valor en una economía postindustrial.

7.2.2. Fortalezas y principales escollos para la valorización del aceite de oliva en la DOP Sierra Mágina.

Si comparamos la denominación de origen Sierra Mágina con el resto de denominaciones de origen de la provincia de Jaén, es la certificación territorial con mayor extensión de terreno y mayor producción. Esta denominación de origen abarca 15 términos municipales y tiene registradas 55 marcas de comercialización de aceite de oliva. En cuanto a la producción, en 2019 la Denominación de Origen Protegida “Sierra Mágina” ha producido un total de 40.000 toneladas de aceite de oliva, siendo 10.124.000 kg el aceite calificado como virgen extra por el panel de cata del Consejo Regulador de la DOP.

De dicha cantidad, solamente se han envasado 2.300.000 litros (en torno al 22,71% del total) en 2018, lo que supone el récord histórico para esta DOP (ver tabla 13). Con este dato, podemos intuir el primer problema a los que tanto los organismos públicos, como empresas privadas y productores se enfrentan: se envasa poco aceite de oliva en la DOP en relación a la cantidad total producida.

Tabla 13. Resumen de datos de la DOP Sierra Mágina respecto a las distintas entidades territoriales.

Categoría	Sierra Mágina	Provincia de Jaén.	Región de Andalucía	Conjunto de España
Cantidad de aceite producida	40.000 toneladas de aceite de oliva	396.096 toneladas	4.415.455 toneladas	5.642.056 toneladas
Cantidad de aceite de oliva virgen extra	10.124 toneladas	83.180 toneladas	344.489 toneladas	497.337 toneladas
Cantidad de aceite de oliva virgen extra embotellado	2.300 toneladas	6.200 toneladas	12.000 toneladas	14.000 toneladas.
Número de hectáreas de olivar	60.000 hectáreas de olivar	586.921	1.538.263 hectáreas	2.751.255 hectáreas
Pendiente y altura media de cultivo	15%-20% altura entre los	Entorno al 8% de pendiente	Entorno al 5% de pendiente.	No hay datos

	600 y 1300 metros			
Número de empresas productoras (entre paréntesis empresarios individuales)	24 (4) almazaras.	120 almazaras (45)	848 almazaras.	1821 almazaras
Variedades cultivadas mayoritariamente.	Picual (95%) aunque conviven otras de menor calado como la aceituna Manzanillo	Picual (90%)	Picual, Hojiblanca y Arbequina.	Picual, Hojiblanca y Arbequina.
Porcentaje de olivar de riego y de seco	55% regadío y 45% de seco.	40% regadío y 60% seco.	30% regadío y 70% seco.	30% Regadío y 70% seco.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021) y datos recolectados durante las entrevistas llevadas a cabo por el autor.

Los aceites producidos en esta comarca se caracterizan por una enorme calidad (un año más el premiado como mejor aceite español se encuentra en esta comarca). Sus aceites son considerados de montaña, siendo aceites equilibrados, lo que favorece su conservación por un mayor periodo de tiempo. Se trata de un factor diferenciador respecto a los aceites provenientes de zonas menos pronunciadas orográficamente, como la

campiña cordobesa. Se ha producido un adelanto en el inicio de la campaña de recolección de las aceitunas al mes de octubre, este hecho se produce debido a que los aceites producidos en cosecha temprana tienen una mayor calidad organoléptica, con la desventaja de que el rendimiento de aceite por kilogramo de aceitunas cae considerablemente. Las almazaras de la comarca llevan cerca de seis años realizando aceite de elaboración temprana con distintos resultados. Por un lado, en la SCA Trujal de Mágina y en la SCA San Sebastián, en las localidades de Cambil y la Guardia respectivamente, se han decidido a realizar una apuesta clara por el aceite de calidad, ecológico y de cosecha temprana, produciendo la práctica totalidad de este modo; la mayoría de los productores de aceite mantienen una producción residual de este tipo de aceites. Es la SCA Trujal de Mágina la mayor productora de este tipo de aceite en la comarca, por lo que tiene una amplia representatividad dentro del sector. Así, en Sierra Mágina conviven dos tipos de modelos de producción de aceite de oliva. La mayor parte de la producción se dedica a la producción de aceite de oliva virgen extra (es considerado como el mejor aceite posible). Estos dos hechos -la producción temprana y la producción de virgen extra- dan muestras de la creciente importancia de la búsqueda de calidad entre los productores de la comarca.

La demanda de aceite de oliva ha crecido en todas sus categorías, más si cabe desde el confinamiento domiciliario por la pandemia del COVID. En particular, el incremento de las ventas nacionales de virgen extra ha sido del 79% (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021b). El consumidor ha aumentado su conocimiento sobre este producto, y en la actualidad, se diferencia el aceite de oliva que se utiliza dependiendo del uso culinario que se le vaya a dar. Así, se está produciendo un aumento muy significativo de demanda de aceite temprano, hecho con aceitunas verdes y de bajo rendimiento, ya que el consumidor asocia este tipo de aceite para ensaladas y tostadas,

generalmente para tomarlo en crudo, con una mayor calidad. Ha ayudado mucho al conocimiento general sobre el aceite de oliva la labor que hacen las ferias de turismo y los influencers, críticos gastronómicos y cocineros de prestigio internacional. En esta línea, va encaminada la estrategia diseñada por la DOP “Sierra Mágina”. Mediante este tipo de mediadores cognitivos de tipo conector se pretende unir la gastronomía y la preocupación del consumidor en una alimentación saludable, llegando a una gran audiencia. Así, se promociona el consumo de aceite de oliva, con el aumento significativo de n y v , complementando su función interpretativa con otros mediadores complementarios, como los operadores asociados al oleoturismo.

Gracias a los años de experiencia de las almazaras de la DOP Sierra Mágina, antes incluso de ser reconocido este ente (como se ha señalado anteriormente el cultivo del olivar en la zona proviene desde la antigüedad), esta comarca tiene una gran fortaleza en know-how y en capital humano, cosa que aumentaría π y n en nuestro modelo de creación de valor. Se ha llegado incluso a exportar personal cualificado en la elaboración de aceite de oliva a regiones que están comenzando su producción, como Argentina o Chile. Cabe señalar que la feria especializada en aceite de oliva más importante del mundo, Expoliva, se lleva a cabo en la provincia. En ella se reúnen los principales investigadores y conocedores del mercado de este campo, aumentando n y v en nuestro modelo. Los expertos difunden el conocimiento en estas ferias, estableciéndose como mediadores validadores.

En cuanto a las debilidades de la Denominación de Origen Protegida “Sierra Mágina”, se les preguntó a los productores²⁸ cuáles creían que eran los problemas más importantes que destacarían. En la siguiente tabla se señalan los principales aspectos y cuántos de los productores señalaron este problema:

²⁸ Mediante el grupo de discusión señalado en la sección metodológica.

Tabla 14. Problemas por orden de importancia señalados por los productores en la DOP Sierra Mágina durante el grupo de discusión.

Productor	Problema (por orden de importancia).
[AFS6]	<ul style="list-style-type: none"> - Bajos precios del aceite en origen. - Tardanza en el cobro a través de la sociedad cooperativa.
[AFS9]	<ul style="list-style-type: none"> - Bajos precios del aceite en origen. - Incremento de los costes de producción debido al aumento de precios de abonos y fitosanitarios. - Dificultades para obtener asesoramiento.
[AFS3]	<ul style="list-style-type: none"> - Bajos precios del aceite en origen. - Escasa capacidad de innovación en la producción. - Tardanza en el cobro a través de la sociedad cooperativa.
[AFS2]	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultades de las empresas pertenecientes a la DO para vender aceites en el extranjero. - Dificultades para la creación de empresas competidoras. - Escasa capacidad para poder diferenciar aceites.
[AFS10]	<ul style="list-style-type: none"> - Bajos precios del aceite en origen. - Escasos beneficios de pertenecer a sociedad cooperativa.
[AFS8]	<ul style="list-style-type: none"> - Tardanza en el cobro a través de la sociedad cooperativa. - Escasa venta de aceite envasado y demasiado a granel.
[AFS7]	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa venta de aceite envasado y demasiado a granel.

	<ul style="list-style-type: none"> - Exportación de aceite de oliva a granel a otros países.
[AFS1]	<ul style="list-style-type: none"> - Bajos precios del aceite en origen. - Tardanza en el cobro a través de la sociedad cooperativa. - Escasa capacidad de innovación en la producción.
[AFS4]	<ul style="list-style-type: none"> - Bajos precios del aceite en origen. - Dependencia de grandes multinacionales.
[AFS5]	<ul style="list-style-type: none"> - Bajos precios del aceite en origen. - Demasiado personal en las sociedades cooperativas.

Fuente: Elaboración propia en base a la discusión de grupo.

Uno de los principales inconvenientes a los que se enfrentan los productores es el escaso valor agregado que genera una producción tan tradicional, en pendiente, y en unas condiciones muy particulares, que no permiten la mecanización y las formas modernas de trabajar el olivo. Así, como asevera uno de los participantes codificado como [SM13]:

El precio que reciben los productores por la venta de sus aceitunas es realmente bajo, y en comparación con la campiña cordobesa, donde la mecanización de las labores agrícolas está muy asentada, los márgenes a los que se enfrentan los productores de Sierra Mágina son mucho más ajustados, ya que no hay excesiva diferenciación de precios entre ambos aceites (a pesar de los elevados costes de cultivar en zonas de montaña y de la mayor calidad de estos aceites).

Así, la baja valorización del aceite de oliva de esta comarca comienza desde el proceso de recogida de la aceituna con la dificultad de apropiarse del valor generado (pi).

Pero el gran problema en Sierra Mágina reside en la comercialización. A este respecto se mantiene una estrategia bastante conservadora de venta, anclada en modos de hacer antiguos y poco modernizados, aunque desde el Consejo Regulador [SM13] se señala el avance en la comercialización de aceite con el sello de la denominación y la apertura de nuevos mercados. A pesar de esto, el porcentaje de aceite envasado está en torno al 20% y la mayoría de aceite de oliva producido por esta denominación es vendido a granel a grandes distribuidoras o son vendidos a otros países, principalmente Italia, que posteriormente lo comercializan en formato envasado (Rodríguez-Cohard y Parras, 2011). Hay una defensa del comercio nacional haciendo poco hincapié en la exportación de aceite. Jaén es reconocido en el resto de España como una de las zonas con mejor y mayor producción de aceite de oliva, partiendo de una situación de un alto nivel pi. Sin embargo, las almazaras inscritas de la denominación de origen cuentan con muy poco personal comercial profesionalizado que facilite la labor de exportación a mercados internacionales. Esto es consecuencia de la pertenencia de las almazaras al mundo rural, donde la contratación de este tipo de personal a menudo es visto como un coste más y al que, por norma general, no se le supone un beneficio para las entidades a corto plazo. La tendencia cortoplacista de la región ha sido señalada por numerosos participantes (en especial [SM13] y [SM2]). Desde el Consejo Regulador, se está realizando un esfuerzo importante por asistir a ferias nacionales (Alimentaria, Gourmet) en las que poder promocionar el aceite, siendo menos habitual la asistencia a ferias internacionales por el elevado coste que esto supone y, además, según [SM13] no supone una creación de relación comercial inmediata, por lo que muchas de las cooperativas de la comarca suelen desechar la opción de asistir, como han señalado [SM10], [SM12] y [SM14].

En la actualidad, según señala un técnico de la Diputación Provincial de Jaén [SM3], desde este ente se están llevando a cabo acciones de promoción del aceite de oliva virgen

extra involucrando a cocineros de prestigio internacional e influencers además de establecer, en colaboración con la DOP, una línea de oleoturismo. Cabe señalar también la creación de un sello de calidad agroalimentaria por parte de la Diputación de Jaén, “Degusta Jaén”, en la que el producto más valorado son los aceites de oliva. Este tipo de mediaciones cognitivas de corte conector puede favorecer el aumento de n y v .

Uno de los problemas de mayor importancia es la apropiación rentista del valor que realizan las grandes distribuidoras de aceite y grandes cadenas de supermercados, lo que provoca una disminución de π . Es el caso de las grandes plataformas de distribución como Dcoop, Interóleo Picual o Coosur. Compran a granel el aceite a estas cooperativas para posteriormente envasar el producto. Las élites empresariales (sobre todo, las transnacionales) poseen un mayor conocimiento de los mercados globales y, por lo tanto, poseen una mayor capacidad potencial de apropiarse de las rentas inmateriales asociadas a la explotación de los recursos comunes territoriales (Harvey, 2012). No es casual, por ejemplo, que grandes cadenas de supermercados, como Carrefour, Alcampo o El Corte Inglés, utilicen el aceite de oliva como un producto reclamo, siendo además una de las principales fuentes de venta de las cooperativas de Sierra Mágina. En estas grandes superficies distribuidoras, se vende entre un 80-90% de su producción, lo que señala una gran dependencia de estas cadenas, de su política de precios y para la colocación del producto en el mercado. Así, es fácil ver en los lineales de Carrefour o Mercadona, aceites de oliva cuya procedencia es la comarca de Sierra Mágina. Estos grandes supermercados obtienen el producto a granel a un precio muy inferior en origen, al que posteriormente venden el aceite envasado en el lineal (ver tabla 15). Se produce, por tanto, una apropiación rentista del valor y la consiguiente disminución de π . Es un riesgo, ya que es posible que estas grandes cadenas alimentarias puedan encontrar a otros proveedores que

tiren a la baja los precios, provocando un mayor hundimiento de las rentas de estos agricultores.

Tabla 15. Precios de los distintos tipos de aceite de oliva en Sierra Mágina.

Tipo de aceite de oliva	Precio de venta en origen (por litro)
Aceite virgen a granel.	1.65€
Aceite virgen embotellado. ²⁹	---
Aceite de oliva virgen extra a granel.	2.00€
Aceite de oliva virgen extra embotellado.	3.30€
Aceite de elaboración temprana embotellado ³⁰	12.50€

Fuente: Entrevistas llevadas a cabo por el autor. [SM3] [SM12] [SM14].

Técnicos de las almazaras inscritas en la DOP [SM15], [SM20] y [SM9] señalan, como posible solución, la unión en una única comercializadora que tuviese ese poder de mercado para poder envasar directamente el producto sin pasar por esas grandes distribuidoras ya que, en la actualidad, por separado, no tendrían capacidad de suministrar las cantidades que las grandes superficies solicitan en el tiempo requerido. No obstante, en lugar de concretarse esta solución, lo cierto es que el mercado por el lado de la oferta se está atomizando aún más, convirtiéndose en un obstáculo estructural para incrementar *pi*. Cabe destacar que, ya en el pasado, se intentó poner en marcha esta solución, con una gran comercializadora que fracasó rotundamente, ya que las almazaras seguían vendiendo

²⁹ Sierra Mágina no embotella este tipo de aceite. Sólo se envasa aceite de oliva virgen extra. La razón es que la DO hace un esfuerzo por asociar marca con calidad.

³⁰ El aceite de elaboración temprana no se vende a granel. Esto se debe a que este tipo de aceite perdería muchas propiedades. Tampoco se almacena, por lo que muchas almazaras sólo producen aquella cantidad que se aseguran vender.

sus aceites a granel sin pasar por la comercializadora, lo que hacía que esta careciese del suficiente volumen de producción para ejercer un cierto poder de mercado (Sanz Cañada y Macías Vázquez, 2005). Así, en la actualidad, numerosos agentes entrevistados [SM5], [SM6] y [SM14] señalan que resulta una solución imposible para la zona, ya que la mayoría de las almazaras de la zona volverían a seguir vendiendo al margen de la comercializadora. De esta manera, se mantuvo la dinámica de apropiación rentista por parte de las grandes distribuidoras y superficies de venta. Por tanto, no dejan de ser soluciones anticuadas y poco realistas a un problema y una dinámica que llevan mucho tiempo instaurados en la comarca.

7.2.3. Almazaras ecológicas, cambios en el modelo de entender el mercado. Hacia un mercado de calidad.

En Sierra Mágina por otro lado, se encuentran las cooperativas como Trujal de Mágina, la cooperativa San Sebastián en la Guardia de Jaén y la cooperativa Santa Isabel en Torres. En mayor o en menor medida, estas almazaras han hecho un esfuerzo por producir aceite ecológico y apuestan por la calidad, adelantando la cosecha al mes de octubre, finalizando la campaña de recolección como muy tarde en enero (mientras que en el resto de la comarca pasa hasta marzo), con la reducción del rendimiento de aceite por kilo de aceituna que eso supone. Sacrifican el rendimiento por una calidad mayor. Se ha de destacar que, en la actualidad, en la DO “Sierra Mágina”, se producen en torno a 200.000 litros de aceite ecológico, lo que supone un porcentaje muy pequeño, en torno al 2%, con respecto al total recolectado en la denominación. El vicepresidente de la SCA Trujal de Mágina [SM11], señala que es necesario hacer un gran esfuerzo para poder producir ecológico, ya que es necesario un periodo de tres años de transición de olivar

convencional a ecológico en el cual, durante este periodo, se deben realizar las labores de trabajo sobre el olivar bajo criterios totalmente ecológicos. Durante estos tres años de transición, no es posible la venta de dicho aceite como ecológico y será vendido como aceite convencional, hecho que dificulta el aumento de pi.

Además, como señala un técnico de la cooperativa San Sebastián, la producción de aceite bajo el enfoque ecológico es significativamente menor, el coste y el trabajo que conlleva el mantenimiento del olivar es bastante mayor que bajo un enfoque convencional, ya que es necesario conservar la llamada “cubierta vegetal”, la cual tradicionalmente en el olivar de la comarca no se ha dejado (Coq-Huelva et al., 2014). Una de las ventajas que señala el vicepresidente de Trujal de Mágina es que, en esta cooperativa, no se recoge aceitunas del suelo, ya que el método ecológico y al adelantar la recolección al mes de octubre, cuando aún las aceitunas no han alcanzado la madurez en su totalidad beneficia que las aceitunas no se caigan, produciendo en su totalidad aceites de gran calidad, que son percibidos por el consumidor con gran interés favoreciendo el aumento de pi y n. Estas cooperativas, además de estar dentro de la DOP, también tienen el sello de agricultura ecológica y, en la actualidad, el consumidor percibe la alimentación ecológica como más saludable y de mayor calidad (Li, 2005), hecho que favorece el aumento de pi. Tanto es así, que el aceite que estas cooperativas exportan, a pesar de no ser grandes cantidades (en torno al 20%), se debe a que contienen este sello. Estas dos características interactúan entre sí y aumentan de forma significativa n y v.

7.2.4. Almazaras cooperativas de aceite convencional: Un modelo de escaso dinamismo con escasa apropiación de valor.

Por otro lado, las cooperativas tradicionales siguen enfrentándose a un modelo tradicional y muy poco modernizado. Prácticamente la totalidad de la producción de aceite de oliva en la comarca está bajo control de la DOP, y salvo los aceites tempranos, hay escasa diferenciación entre los productos obtenidos. Tal y como comenta un técnico de una cooperativa adscrita a la DOP [SM5], se están utilizando los premios obtenidos en aceite temprano para la venta de aceite de oliva virgen extra para promocionar otros formatos, como diferenciador de calidad (con lo que aumentaría n y v). En cambio, para el aceite virgen extra que no ha sido premiado, se utilizan garrafas de cinco litros. En lugar de generarse un proceso de fortalecimiento y de consensos entre cooperativas dentro de la DO que concentrase la oferta comercializada, existe una gran competencia entre ellas para vender sus aceites a granel, con la dispersión que esto supone. Como señala un trabajador de la DOP [SM13] y de la administración provincial [SM4], en lugar de producirse una concentración de cooperativas que aumente su poder de mercado, se está produciendo una competencia que realmente perjudica a todas ellas. Además, como la mayor parte de la producción se está vendiendo a granel, el sello de la DOP pierde todo su valor, ya que la mayoría de las grandes distribuidoras que compran el aceite de la comarca de Sierra Mágina, realizan posteriormente la técnica llamada coupage mezclando este aceite con otros de zonas que producen un aceite de peor calidad a un precio inferior, como pueden ser los procedentes de Marruecos, Túnez o incluso Portugal (hecho que provoca que pi disminuya). Además, el cultivo convencional del olivar en la zona se caracteriza por la utilización de numerosos herbicidas, eliminando la cubierta vegetal que se señalaba anteriormente en el caso del cultivo ecológico. Este hecho hace que aumente decisivamente la erosión del terreno y disminuye la fertilidad del suelo (Sanz Cañada y Macías Vázquez, 2005), disminuyendo a la larga la calidad del aceite y provocando una reducción de pi, n y v.

Paralelamente, una dinámica que está surgiendo en la comarca es la fuga de socios cooperativistas que ahora venden directamente sus aceitunas a empresas privadas y obtienen el dinero en el acto de venta (se lleva aceituna y se cobra en el mismo momento de la entrega o se decide cuándo cobrar en función del precio del aceite en el mercado de materias primas). Este hecho pone en riesgo el espíritu cooperativista que tradicionalmente ha tenido esta comarca. Viene determinado por la necesidad de liquidez del productor, ya que las cooperativas suelen tardar meses en pagar, pues el productor no vende aceitunas, vende el aceite y hasta que este no es vendido no es posible liquidar las cuentas por parte de la almazara cooperativa. Este hecho puede profundizar la crisis del olivar en la comarca, ya que realmente se produce una apropiación rentista del valor del aceite por parte de esas empresas privadas, que nuevamente provoca una disminución de pi produciéndose un fenómeno descooperativizador (Ajates, 2019).

7.2.5. Nuevas vías de creación de valor.

Por otro lado, uno de los aspectos que se han reforzado, especialmente desde la pandemia del COVID, es la venta directa de aceites envasados especialmente desde las webs y la publicidad institucional. Haciendo uso de las TICs, las almazaras están haciendo un esfuerzo por fomentar la venta directa de aceite envasado. Así, desde la DOP [SM3] y [SM4], se ha puesto en marcha una web centralizada de ventas de aceites. Por su parte, la Diputación Provincial de Jaén ha puesto en marcha el portal “Degusta Jaén” en el cual el aceite de oliva es el producto estrella, favoreciendo el conocimiento y puesta en valor de la marca Jaén en el contexto agroalimentario. Además, las distintas almazaras han dado un salto adelante en la constitución de sus propias webs. Se han fomentado acuerdos clave con empresas de transporte a fin de poder enviar los productos en un espacio corto de

tiempo (el tiempo medio de llegada de los pedidos está en tres días hábiles) y sin desperfectos. Así, la mayoría de las almazaras señalan que sus ventas a través de las distintas páginas webs están creciendo, tras esta apuesta por las TIC y la vinculación más estrecha con mediadores logísticos, lo que se está traduciendo progresivamente en una elevación de n.

Adicionalmente, uno de los objetivos que tiene la DOP, junto con la Diputación de Jaén y la Asociación de Desarrollo Rural “Sierra Mágina” [SM3], [SM4], [SM2] y [SM13], es el fomento del oleoturismo, hasta ahora muy poco desarrollado en la comarca. Se han sucedido las experiencias, pero debido a las escasas infraestructuras en las almazaras para poder hacer visitas guiadas que cumplan la normativa, carentes de tienda en las almazaras y los elevados costes de remodelarlas, han hecho prácticamente inviable esta opción. Así, un técnico de la DOP [SM13] señala que, a pesar de los esfuerzos por parte de la DOP en intentar fomentar el oleoturismo, las almazaras aún piensan que es un coste extra y no ven factible abrir las instalaciones los fines de semana para dichas visitas. Además, destaca, la posición del Consejo Regulador en Bedmar, una zona céntrica e histórica de la comarca, puede facilitar visitas guiadas al propio edificio, con catas y formación sobre el aceite. Posteriormente se podría llevar a los visitantes a distintas almazaras para que conozcan el proceso de elaboración del aceite y crear una conexión del visitante con el territorio lo que podría dar como resultado un aumento de v y n.

Desde la Diputación de Jaén [SM4], un técnico de la misma comenta que se ha puesto en marcha la iniciativa “Oleo Tour Jaén”, una web en la que se pueden reservar experiencias de oleoturismo. En la actualidad, en la comarca de Sierra Mágina, sólo se han adherido a este plan dos almazaras, una en la localidad de Jimena y otra en Huelma. Cabe destacar que varios comerciales de cooperativas [SM8] y [SM12] comentan que, en la actualidad, han solicitado una subvención pública para la remodelación de las almazaras para poder

realizar visitas cumpliendo la normativa vigente. Además, tratan de incorporar una tienda en la propia almazara para que los visitantes puedan realizar compras en las instalaciones a fin de crear la citada conexión consumidor-productor en línea con la subvención anteriormente citada. Si bien, a pesar de todos los esfuerzos por parte de las instituciones, el mundo del oleturismo en Sierra Mágina no está nada desarrollado, realmente podría ser uno de los pilares sobre los que se asiente un desarrollo sostenible, respetuoso con el medioambiente e incluso socialmente.

Es de especial importancia destacar que esta DOP está dentro de un Parque Natural con gran belleza paisajística que podría facilitar el oleturismo [SM12], [SM10] y que aumentaría significativamente v, siempre y cuando se articulasen las mediaciones adecuadas para conectar la dimensión ambiental con la productiva. Si esta opción consigue consolidarse, podría suponer un aumento simultáneo y significativo de n y pi, con la correspondiente apropiación de valor por parte de los productores. Otras zonas de la provincia de Jaén, como Canena, han aprovechado su cercanía con Úbeda y Baeza, Ciudades Patrimonio de la Humanidad reconocidas por la UNESCO, para el fomento del oleturismo. La comarca de Sierra Mágina es muy cercana a estas ciudades (apenas hay una distancia de 20 km) y se podría seguir la senda oleoturística abierta por Canena.

7.2.6. Conclusiones.

En este apartado se ha realizado un análisis de la denominación de origen Sierra Mágina desde un punto de vista novedoso, buscando ir más allá en la definición de calidad y cómo está construida. Este tipo de enfoque difiere en su totalidad de los enfoques tradicionales que buscan explicar la calidad alimentaria, tanto desde el punto de vista objetivista (que

analizan la calidad del aceite desde el punto de vista químico y desde unos parámetros determinados) como desde el punto de vista subjetivista (que consideran que la problemática reside únicamente desde el punto de vista del consumidor individual).

Siguiendo este enfoque, para enfrentarse a una sociedad postindustrial, en Sierra Mágina, los productores han intentado acceder a un mercado altamente mediatizado por un componente abstracto y socialmente construido, las denominaciones de origen, en la que prima la búsqueda de notoriedad, mediante distintos premios, que pudieran darles relevancia en los mercados y así poder aumentar los precios de sus productos. Este trabajo cuestiona esta senda de desarrollo y plantea nuevas formas de mediación entre producción y consumo en una economía postindustrial, que pueden considerarse grandes oportunidades si se consiguen gestionar correctamente de manera colectiva como puede ser la creación de un gran hub de oleoturismo aprovechando su posición estratégica en un Parque Natural y con dos ciudades patrimonio de la Humanidad por la UNESCO a una distancia de 20km.

En este análisis se ha comprobado la difícil problemática a la que se enfrentan los productores de esta comarca. Los productores tienen dificultades para diferenciar sus productos de otros existentes en el mercado debido principalmente a que no son ellos los que venden sus productos directamente, sino que, por el contrario, son grandes distribuidoras las que manejan el mercado a su antojo. Además, existen problemáticas en cuanto a la venta de la variedad que se cultiva en la comarca. La variedad picual da como resultado unos aceites con mucha personalidad, con un picante muy característico, que en los mercados internacionales no es demandado. A pesar de esto, desde las denominaciones españolas se está haciendo un esfuerzo por “educar al consumidor”³¹ en

³¹ Esta expresión se corresponde directamente con las entrevistas llevadas a cabo por el autor [SM13] y [SM3].

el conocimiento de estos aceites a través de mediadores cognitivos. Principalmente en esta DOP se está trabajando con mediadores cognitivos conectores tales como chefs o influencers que acercan el mundo de la producción al consumidor.

Por último, esta aproximación a terreno muestra que es necesario repensar la acción colectiva y su gestión en la zona. En una comarca con productos poco diferenciados entre sí, pero con una enorme diferenciación respecto a los productos convencionales del mercado, es necesario el abandono de la elección racional individual por parte de cada una de las cooperativas productoras para ir un paso más allá en la construcción de un elemento común que pueda fortalecer su posición diferenciada en el mercado. Alternativamente, la acción colectiva debe trascender el ámbito territorial, asumiendo que la gestión de recursos inmateriales impone una mayor incidencia y un mayor conocimiento de los mercados lejanos, de los contextos no locales. Para ello, es necesario incorporar en los esquemas de acción colectiva y en las propias estructuras territoriales de gobernanza a los mediadores cognitivos que, desde el desarrollo de funciones de sistematización, conexión, interpretación y validación (lo que permite incorporar, a su vez, a las denominaciones de origen), realizan tareas esenciales en la generación de valor y en su apropiación territorial, en una economía basada en el conocimiento.

Se hace necesario la elaboración de un plan de acción más elaborado, con mayor atención a elementos inmateriales tales como la presentación del producto. En la comarca de Sierra Mágina se sigue vendiendo en formato de 5 litros en PET, hecho que es percibido por el consumidor como un producto de menor calidad. Además, es un peor recipiente para la conservación del aceite, debido a que el PET también deja residuos tóxicos sobre el aceite y deja pasar la luz, empeorando la conservación de los aceites. Es por tanto clave para la valorización de aceites el dar una mayor importancia al aspecto del producto y su mejora en la conservación, debido a que el consumidor final da cada vez mayor importancia a la

forma de presentación de los productos agroalimentarios. Prueba de ello es el aumento de ventas en formato latas y vidrio templado.

Una de las posibles vías de recuperación de esta DOP puede ser la elaboración de aceites tempranos. Este tipo de aceites de gran calidad están abriéndose paso en un mercado de gran competencia debido principalmente a la gran calidad que atesoran. Los aceites tempranos son un paso adelante en la calidad de la producción que está favoreciendo esta denominación de origen. En una comarca donde la cantidad prima sobre la calidad, este salto adelante puede favorecer un cambio de modelo productivo colectivo que prime la calidad y una mayor atención a los recursos inmateriales asociados a la producción material. Es una posible adaptación a una economía postindustrial que puede llevar a cabo esta denominación de origen, incorporándose a esta tarea como un mediador cognitivo de tipo validador. Con este posible salto de calidad, es probable que la población vuelva a percibir esta denominación de origen como producción de la máxima calidad.

7.3. La producción de aceite de oliva en Apulia. Análisis de la denominación de origen “Terra di Bari en una economía postindustrial.

7.3.1. Introducción.

La producción del aceite de oliva en la región de Apulia se remonta a la etapa del imperio romano (Cherubini, 2012). La región de la Apulia se sitúa al sureste de Italia, en la costa Adriática (ver ilustración 8). Es la sexta región más densamente poblada de Italia, con una superficie de 19540,9 kilómetros cuadrados. De perfil orográfico muy variado entre sus provincias, se destaca principalmente la colina y la llanura. No existen grandes

altitudes en esta región debido a su cercanía al mar. Esta región está dividida en seis provincias: Foggia, Barletta-Andria-Trani, Bari, Taranto, Brindisi y Lecce. La capital de esta región se encuentra en Bari.

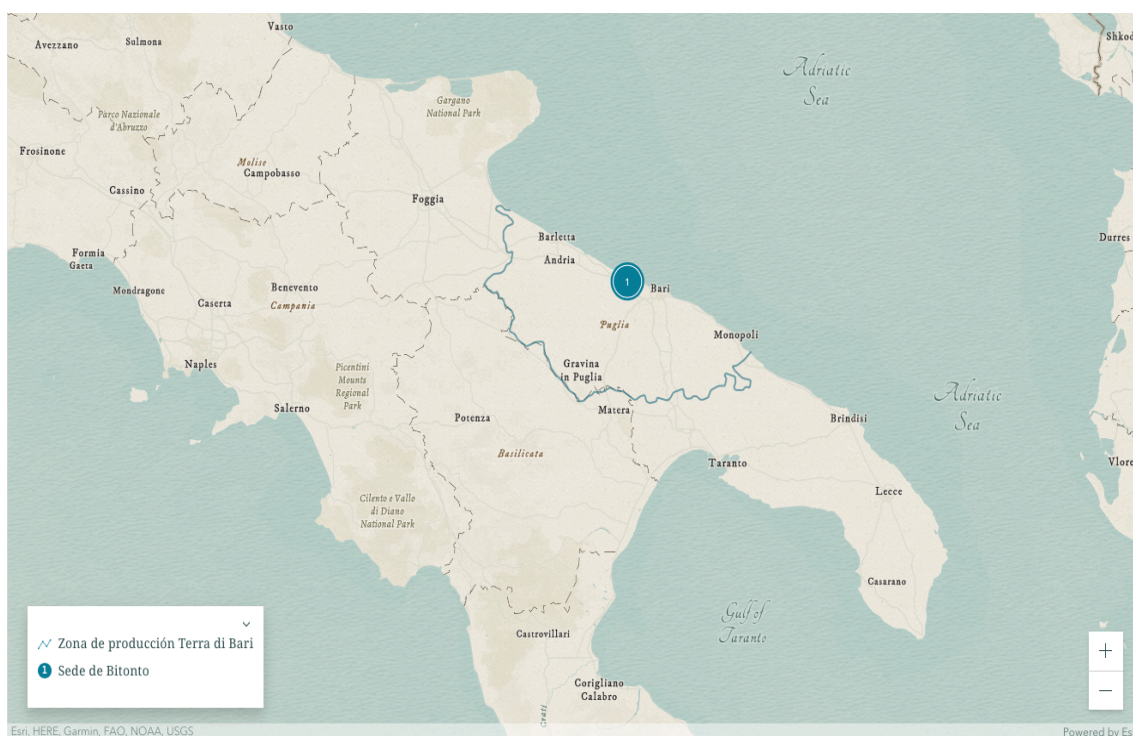
La producción de aceitunas en Apulia es el sector con mayor importancia en la agricultura de la región. El valor de la producción de aceitunas es aproximadamente de 50 millones de euros, alrededor de un 15% del valor total de la producción agrícola total (Confagricultura Puglia, 2016).

Ilustración 9. Región de Apulia en Italia. Localización en el mapa.



Fuente: Elaboración propia en base a ArcGis.

Ilustración 10. La DOP Terra di Bari en el sur de Italia. Un mapa de la región.



Fuente: Elaboración propia en base a ArcGis.

La superficie dedicada al olivo en esta región es de 373.285 hectáreas, lo que equivale al 32% del total nacional, representando así la primera región olivarera en términos de superficie. La superficie dedicada al olivo por provincias se destaca en la siguiente tabla:

Tabla 16. Número de plantaciones y superficie cultivada de olivo en cada provincia de Apulia.

Territorio	Plantaciones	Superficie
Foggia	30.963	49.475,55
Bari	52.657	86.101,63
Barletta-Andria-Trani	18.321	35.176,84
Taranto	25.243	35.814,00
Brindisi	34.323	69.387,55

Lecce	65.738	97.329,38
APULIA	227.245	373.284,95

Fuente: ISTAT, Censimento dell'Agricoltura, 2010

Como se puede ver en la tabla anterior las provincias con mayor superficie de olivar en esta región son Bari y Lecce, seguidas de Brindisi. Cabe destacar que el porcentaje de olivar irrigado es en torno al 21%, muy inferior al 40% español. Además, el coste de irrigación en Italia es muy superior al español, ya que la mayoría del agua utilizada para regadío es obtenida del subsuelo mediante motores eléctricos. En España, sin embargo, la mayoría de las aguas de regadío provienen de ríos y en la mayoría de ocasiones se utiliza la orografía como medio de transporte del agua, a través de un sistema de presiones.

En cuanto a los aceites de calidad reconocidos por la marca DOP / IGP, casi el 40% de las denominaciones europeas están representadas por marcas italianas, equivalentes a 43 denominaciones, mientras que otros países como Grecia y España le siguen a distancia (Federdop, 2012; Adua, 2010). Apulia tiene cinco Denominaciones de Origen Protegidas (DOP): Dauno, Terra di Bari, Collina di Brindisi, Terra d' Otranto y Terre Tarentine. La cantidad de aceite de oliva producida por cada una de las provincias señaladas se recogen en la siguiente tabla:

Tabla 17. Cantidad producida de aceite de oliva en cada una de las regiones de la Puglia. Datos medios entre 2006-2009 y 2016-2019.

Provincia	Media 2006-2009³²	Media 2016-2019	Var. %
Foggia	212.274	191.190	-9,9%
Bari-BAT	754.533	343.750	-54,4%
Taranto	156.035	91.238	-41,5%
Brindisi	270.875	156.250	-42,3%
Lecce	478.321	251.074	-47,5%
APULIA	1.872.037	1.033.501	-44,8%

Fuente: ISTAT, Dati congiunturali (2006-2020)

Como puede verse en la tabla anterior, la DOP Terra di Bari es la que produce mayor producción de aceite de oliva en la región. La disminución de la producción está asociada a la menor cantidad de hectáreas de cultivo de olivar en cada una de las regiones. También explica esta variación el aumento de ciclos productivos bajos debidos principalmente a sequías. De aquí la importancia del estudio de la misma para conocer la realidad de la producción en la región. La provincia de Bari es una de las regiones más importantes en cuanto a producción y tradición en Italia.

7.3.2. La denominación de origen “Terra di Bari”. Una zona de gran importancia productiva.

³² Se toman datos medios entre años debido a que la estadística italiana los reporta de esta manera. El motivo de esta media es permitir la comparabilidad de los periodos. En los últimos años se ha observado una mayor oscilación entre años de cosecha, con la realización de la media se toman datos más amplios.

La DOP Terra di Bari, registrada en la lista DOP de la Comunidad Europea desde 1997, representa la denominación más importante a nivel regional en términos de cantidades producidas, valor económico generado y potencial de producción (Roselli et al., 2009). En cuanto a la historia de la denominación de origen sólo está reconocida dos años antes que la DO Sierra Mágina, analizada en la sección anterior. La zona de producción se encuentra en las provincias de Bari y Barletta-Andria-Trani. El ámbito productivo de esta DO se divide, a su vez, en tres subzonas: Castel del Monte, Bitonto y Murgia dei Trulli y delle Grotte.

Además de la etiqueta de la DOP, en esta región se añade la subzona en la que se han producido los distintos aceites, que dan como resultado aceites totalmente distintos, con capacidades organolépticas dispares. En el caso de la mención adicional "Caste del Monte", el aceite de oliva virgen extra debe estar compuesto por al menos un 80% de la variedad Coratina. En el caso de la mención adicional "Bitonto", el aceite de oliva virgen extra debe obtenerse al menos en un 80% de variedades como Cima di Bitonto u Ogliarola Barese y Coratina, solas o conjuntamente. La denominación Terra di Bari, acompañada de la mención geográfica "Murgia dei Trulli e delle Grotte", está reservada para al menos el 50% del aceite de oliva virgen extra obtenido de la variedad Cima di Mola. El 50% restante podrá consistir en variedades presentes en el olivar en una medida que no supere el 50%. (DOP Terra di Bari, 2021). Estas exigencias se justifican por la protección especial que la DOP mantiene sobre la producción tradicional del olivar en la zona. Se intenta que los agricultores no abandonen el cultivo de aceites tradicionales por aceites más productivos, pero no autóctonos. Esto aun así está sucediendo, algunos de los agricultores de la DOP están cambiando sus variedades cultivadas por variedades "españolas"³³ como la arbequina o manzanilla. Estas últimas aportan un mayor

³³ Término utilizado por los entrevistados [TBCB4] y [TBCB2]

rendimiento de aceite por kilogramo que las variedades italianas. Este es el motivo para que este cambio se esté produciendo y el motivo por el que la DOP protege estas variedades. No es posible producir aceites de variedades españolas bajo el sello de la DOP Terra di Bari.

A diferencia del caso español, cabe destacar que el cultivo del olivar en Apulia no es mono varietal, como sí sucedía en el caso de Sierra Mágina con la variedad picual. Las autoridades italianas consideran que la cantidad de variedades que se encuentran en sus denominaciones de origen favorecen la diferenciación de sus aceites en los mercados, otorgándoles gran notoriedad y apreciación por los consumidores respecto a los aceites españoles en los que la cantidad de variedades es mucho más reducida, como señala uno de los agentes entrevistados [TBCB3]. Consideran que la protección de las distintas variedades es un aspecto fundamental en su marco productivo. Este hecho puede favorecer el aumento de pi en el modelo de generación de valor.

Actualmente, la DO “Terra di Bari” cuenta con 161 miembros productores (incluidas 11 cooperativas, que a su vez incluyen 459 productores de olivos), 26 miembros molineros y 41 miembros embotelladores. Es aquí donde se produce la mayor diferencia entre el caso italiano y el español.

En el caso español una única institución privada, la almazara (y en el caso de Sierra Mágina cooperativa mayoritariamente), realiza todo el proceso de cadena de valor de forma integrada, o al menos tiene la capacidad de hacerlo. Sólo se vende el aceite una vez producido, ya sea a granel o embotellado. Como decíamos en la sección anterior, el productor de aceitunas se ha convertido (forzosamente) en un productor de aceite de oliva. En el caso italiano la situación es bastante diferente. Existen distintas figuras bien diferenciadas. Por un lado, está el productor, que, en su mayoría, vende las aceitunas o bien a almazaras cooperativas o bien a almazaras privadas. Por otro lado, las almazaras

procesan las aceitunas y a su vez venden el aceite transformado a empresas embotelladoras, que serán las que conecten con el consumidor final (Zaghi y Bono, 2011). La cadena de valor italiana es más larga que la española, teniendo más eslabones, aunque mayoritariamente la fase de distribución aún mantiene un peso mayor a los demás (Contò, 2005).

La DOP “Terra di Bari” se financia por las aportaciones directas que realizan los agentes de la cadena de valor. Tanto agricultores, almazaras y embotelladores pagan una cuota para poder utilizar la etiqueta certificada. En el caso de las denominaciones de origen italianas sólo es certificado aquel aceite de oliva virgen extra que será vendido embotellado. Esta es una gran diferencia entre las denominaciones de origen españolas e italianas. Mientras en las españolas todo aceite virgen extra producido es certificado como tal por la denominación de origen, en Italia solamente aquel aceite que va a ser vendido embotellado se certifica. Un agente distribuidor de la zona [TBCB10] señalaba “no tiene sentido certificar un aceite de oliva que va a ser vendido a granel a otra zona. Es un gasto innecesario que aumenta mucho el coste del producto, ya que en el aceite vendido a granel no vas a poder poner una etiqueta de certificado y no te lo van a pagar como un aceite certificado”. Así, la cantidad producida dentro de las DOP italianas coincide con el total del aceite embotellado.

Tradicionalmente, en el mercado italiano solamente es vendido a granel aquel aceite que por sus características no puede ser certificado o bien no pertenece a ninguna DOP por no cumplir los requisitos (como, por ejemplo, producir una variedad que no está reconocida por la DOP). Es más, en la DOP “Terra di Bari” existe una gran diferencia entre las fincas que son susceptibles de pertenecer a la DO y las que efectivamente son certificadas. Así, en “Terra di Bari” de la superficie total de olivar 118.640 ha, el certificado equivale a 15.846 ha que hace un 13,4% sobre el total. Esto se debe a que

algunos agricultores o bien modifican los métodos de elaboración o introducen nuevas variedades más rentables. Así uno de los agricultores [TBCB2] señala “si mediante una explotación super intensiva puedo conseguir una mayor rentabilidad o me pagan mejor una variedad que la tradicional de la DOP, ¿por qué iba a mantenerme dentro de la DOP? Realmente, si tengo que modificar mi plantación para obtener un mayor margen aun perdiendo la posibilidad de estar certificado por la DOP, lo haré”. Esto queda reflejado en los datos del mercado como muestra la siguiente tabla.

Tabla 18. Precio medio de aceite de oliva con sello DOP y sin él.

Tipo de aceite.	Precio del aceite por litro.
Aceite extracción temprana fuera de DOP.	16,40€
Aceite extracción temprana dentro de DOP.	14,50€
Aceite de oliva virgen extra sin DOP.	4,50€
Aceite de oliva virgen extra con DOP.	4,80€

Fuente: Entrevistas llevadas a cabo por el autor. [TBCB3, TBCB2, TCBC6].

Esta diferenciación de precios permite intuir que el sello de DOP no es algo que permita la puesta en valor de los aceites. Se da el caso paradójico de que, aun pagando los productores por la adquisición de la etiqueta de calidad, su precio es inferior. Esto es debido a que dentro de Terra di Bari, el mercado se mueve por la notoriedad [TBCB3,

TBCB4], lo que favorece que algunas almazaras partan con un valor de pi muy superior al resto. Así, hay almazaras con gran notoriedad que pueden vender sus aceites mucho más caros que los elaborados bajo la denominación de origen. La razón es consecuencia la creciente importancia que el consumidor da los procesos que se llevan a cabo en estas almazaras a menudo de gran innovación. Cabe destacar esta búsqueda de la innovación por parte de los agricultores de la zona. Algunos de ellos incluso están intentando realizar nuevos procesos como la obtención de aceites mediante ultrasonidos (Roselli et al., 2018) que mejora la calidad de los aceites pudiendo aumentar n y v en nuestro modelo. Estos hechos dan muestras de que la DOP en la comarca no es un elemento protector de rentas que favorece al productor. Es más, el productor señala [TBCB8] [TBCB7] que se trata más bien de un freno a la innovación, a la búsqueda de nuevas variedades y mejores aceites mediante otras técnicas (Verhaegen y Van Huylenbroeck, 2001). A pesar de que en una misma almazara existen líneas de producción ecológica y no ecológica, los procesos de elaboración de aceites en Italia están yendo más allá. Estos procesos aún no son reconocidos por la DOP no permitiéndose al agricultor realizarla y la pertenencia a la institución. Esta restricción es causa de la preocupación de la DOP por la tradición y el mantenimiento de los procesos. Pero a menudo, estos procesos tradicionales dan como resultado unos aceites de peor calidad organoléptica que los procesos modernos de elaboración [TBCB5] [TBCB6].

A pesar de que los aceites vírgenes extra con sello de la DOP tienen un precio ligeramente superior a los que se producen en los márgenes de la DOP, algunos productores señalan que esto no es significativo [TBCB2] [TBCB11]. Se debe principalmente a que los agricultores dentro de la DOP tienen que pagar el coste de la etiqueta y renunciar a producir variedades con mayor rentabilidad y productividad. Esto hace que los agricultores no estén motivados a producir grandes cantidades dentro de la DOP.

Un aspecto relevante en las fincas italianas es que no existe el monocultivo del olivar como forma predominante. No es difícil ver entre los olivos de la zona el cultivo de frutales o viña (ver ilustración 10). Este aspecto es una gran fortaleza de la agricultura de la zona ya que se trata de un cultivo mucho más diversificado. Es llamativo como en las fincas de olivar de la “DOP Terra di Bari” el arado de la tierra aún sigue teniendo un papel muy importante. Esto se debe a que según los agricultores de la zona [TBCB9] [TBCB11] “oxigena la tierra”, siendo cada vez más común la existencia de cubierta vegetal. Este hecho choca frontalmente con las formas de manejo de la tierra que existe en Sierra Mágina, cada vez más orientado al “cultivo cero”, método cuyo manejo de las malas hierbas se combate con fitosanitarios y no mediante el arado.

Ilustración 11. Finca tradicional en la DOP “Terra di Bari”. Se observan árboles frutales entrelazados con olivos, el arado de la tierra y cubierta vegetal.



Fuente: Fotografía propia realizada por el autor (2021).

Otro de los aspectos relevantes en cuanto al manejo y cultivo del olivar en la comarca de Bari es la inexistencia del “vareado” como método de recolección. Existen tres principales métodos de recolección de aceitunas en la DOP: la brucatura, el peinado y la mecánica. El método de la brucatura consiste en la recolección de las aceitunas a mano, llegándose a recoger como máximo 150 kg de aceitunas en una jornada. Este método es escasamente productivo y está destinando a aceites de excelsa calidad o bien para aceituna de mesa. El peinado consiste en recoger la aceituna con una herramienta mecánica en forma de peine que pasa por todas las ramas del árbol derribando las aceitunas. Este es un método sustitutivo del vareado, en el que el árbol sufre menores daños y heridas por las que pueden entrar plagas³⁴. Y, por último, la mecánica sacude el olivo con máquinas que transmiten vibraciones en tronco y ramas, o con cepilladoras oscilantes (grandes máquinas que atraviesan el olivo por arriba).

Como se ha comentado, en la DOP “Terra di Bari” se combinan métodos tradicionales como la brucatura y otras con mayor grado de mecanización. Cuando se les cuestiona a los agricultores por la brucatura como un método demasiado costoso y atrasado estos respondieron “la brucatura es un método que preserva las aceitunas mucho más, no rompe el fruto y la calidad del aceite resultante es mucho mayor. Además, creemos que así también se le da un mayor valor a la tradición y el consumidor lo valora” [TBCB1] [TBCB9]. Esta forma de actuar puede considerarse un método productivo de bajos insumos que es valorado crecientemente por el consumidor final, mayoritariamente en los países nórdicos (Chen, 2010). Preguntados por el abandono del “vareado” los agricultores señalan [TBCB2] [TBCB11] “se abandona el vareado por un simple hecho, genera daños

³⁴ Las plagas de hongos son muy comunes en la zona productiva de Bari. Esto se debe a la gran cantidad de humedad que hay en la zona muy cercana al mar.

en el olivo y hace demasiadas heridas. A través de estas heridas se transmiten muchas enfermedades tales como hongos e insectos. En esta zona, además, hay mucha más humedad que en zonas dedicadas al cultivo del olivar en España por lo que las plagas son mucho más frecuentes. También es verdad que el vareado “rompe” la aceituna y oxida el aceite, más aún si esa aceituna no se moltura en el mismo día”. Este método de producción hace que los consumidores crean en que los agricultores están realizando todo lo que está en su mano para crear el mejor aceite posible, con lo que aumenta en nuestro modelo n y v.

Ilustración 12. Trabajadores del olivar en Terra di Bari, sin golpeo del árbol.



Fuente: Fotografía propia realizada por el autor (2021).

Uno de los aspectos más destacados en cuanto a la elaboración y venta de aceites en la provincia es el formato de venta seleccionado. Mientras en España, como se señalaba en la sección anterior, el recipiente más utilizado sigue siendo el PET de 5 litros transparente, en Terra di Bari sólo se embotella, como máximo, en formato cristal de 1 litro oscurecido. Cuando se les preguntó por esto a los agentes, la respuesta fue clara [TBCB10] [TBCB7]: “No podemos esperar que el consumidor valore nuestros productos si los presentamos de cualquier modo. Es importante cuidar cada detalle, darle importancia a la forma significa que nos tomamos muy en serio nuestro producto y queremos que llegue de la mejor forma al consumidor. ¿Cómo va a mantenerse de la misma forma el aceite de oliva virgen extra en una botella de cristal que en un plástico? Nuestra experiencia nos dice que, si nosotros le damos importancia a la forma, el consumidor le da importancia al producto. El formato de plástico aquí está asociado al vinagre y nosotros no producimos vinagre”. Con esta forma de proceder, los productores de aceite de oliva aumentan a la vez en n y v en el modelo, ya que el consumidor asocia el producto como un producto de la mayor calidad y reconocible.

Otro de los aspectos relevantes a señalar tiene su principal representación en los supermercados italianos. Existe una gran diferenciación entre los aceites italianos y los “producidos de la Unión Europea”. Mientras los italianos gozan de una buena reputación (mayor pi) los producidos en otros países son menos vendidos. La diferencia en precios oscila en torno a un 1,20€, siendo más caro el producto italiano que el producido en la Unión Europea cuyo origen es mayoritariamente español. Este aceite “Unión Europea” es vendido en los supermercados italianos con esta etiqueta y está consolidada como tal a pesar tener un menor nivel de pi. Es un hecho señalado por diferentes entrevistados [TBCB3] [TBCB5] que el perfil de consumidor de los aceites europeos suelen ser familias humildes que realmente no valoran la calidad del producto, sino que valoran únicamente

el precio. Cuando se les pregunta a los agricultores [TBCB8] [TBCB7] el porqué de esta diferencia de precio su respuesta es clara “el aceite español es demasiado fuerte, pica demasiado. El mercado no quiere un producto tan fuerte sino más bien algo afrutado, que no tenga ese carácter tan marcado y fuerte al gusto, de un color intenso como los aceites que nosotros producimos”. Cuando se les cuestiona a los distribuidores [TBCB10] por la importación de aceite español contestan “nosotros no tenemos la capacidad de producir que tienen los españoles, nosotros compramos ese aceite que será la base y les añadimos el “flavour” italiano para que quede más compensado y podamos venderlo. Los españoles tienen dificultades para venderlo y nosotros se lo compramos para mezclar”. Esto se debe por la gran cantidad de aceite de oliva que se produce en España respecto a la producida en Italia. Señalan [TBCB5] [TBCB4] “el aceite italiano en los mercados internacionales es mucho más valorado que el español por sus capacidades organolépticas. Los españoles creen que es marketing, que también, pero realmente nosotros nos adaptamos al mercado y los españoles quieren que el mercado se adapte a ellos”. Por tanto, los aceites italianos gozan de un mayor nivel de n y v que los españoles en el mercado mundial de aceite de oliva.

El aceite producido en la región de Apulia es embotellado únicamente por cinco grandes embotelladores que manejan el mercado de la distribución. Esto favorece una gran concentración empresarial y de los márgenes en el eslabón de la distribución. Este hecho puede producir una apropiación rentista del valor generado por la comunidad local, ya que la distribución y venta depende casi en exclusiva de estos grupos, descendiendo de forma considerable *pi*. Al concentrarse la oferta de aceite embotellado, por otro lado, resulta más sencillo que cinco grandes grupos vendan el aceite en los mercados internacionales -con su mayor conocimiento de los mismos- que, como sucede en Sierra Mágina, cada almazara intente vender con su marca sus aceites. Cuando les preguntamos

por la lucha que mantienen desde hace tiempo los distintos gobiernos españoles en Europa para prohibir la práctica de venta a granel para posterior embotellado en otras geografías responden [TBCB11] [TBCB10] “se están tirando piedras contra su tejado. ¿Qué harán con sus aceites si no pueden venderlos a granel?”

Además, la inversión en nueva maquinaria de elaboración de aceites de oliva (ver ilustración 12) es muy importante en Terra di Bari. Esta nueva maquinaria permite una mejor y mayor extracción en frío de aceite de oliva, proveniente de frutos verdes lo que favorece una mayor capacidad de apropiación del valor (pi). Esto es debido a que este tipo de aceites son mucho mejor valorados por el mercado que los aceites convencionales, dándoles a los productores italianos una mayor notoriedad en el mercado del aceite de oliva a nivel mundial, aumentando pi, n y v. Existe gran preocupación entre los productores italianos [TBCB7] [TBCB8] por los valores asociados a la producción como el consumo de cercanía y la gestión medioambiental de las explotaciones agrarias. Esta preocupación es compartida por el consumidor [TBCB5] [TBCB3] que favorece el consumo de aceites italianos y de cercanía, además de darle una mayor importancia a la calidad de los aceites.

Ilustración 13. Máquinas de elaboración de aceites en Terra di Bari. Innovaciones en el proceso.



Fuente: Fotografía realizada por el autor (2021).

Hasta ahora todo parece plantear una situación idílica en la DOP Terra di Bari, pero también existen grandes dificultades. Los agricultores señalan [TBCB9] [TBCB8] que el grueso del valor producido por sus aceites no se mantiene en la región de Apulia. Señalan que también existe una venta de aceite a granel a otras zonas con mayor capacidad de venta de aceites por su gran notoriedad, como la región de Toscana. Por otro lado, [TBCB3] señala que Toscana es muy conocida en Estados Unidos gracias a que algunos de los actores más importantes de Hollywood han pasado por allí e incluso han comprado fincas, lo que ha permitido a esta región llegar al gran público a través de sus paisajes (a pesar de la menor presencia del olivar que en el sur de Italia). Toscana no tiene la capacidad de producción de Apulia o Sicilia, pero ha conectado de forma clave con estos mediadores cognitivos conectores que han favorecido el reconocimiento de la zona y la difusión del conocimiento generado. Por tanto, también se produce una apropiación

rentista del valor generado por los agricultores “*pugliese*” por parte de las empresas que venden paquetes oleo turísticos en Toscana, vendiendo aceites de Apulia durante estos tours.

Otro de los aspectos de especial interés que señalan los agentes entrevistados [TBCB3], [TBCB5] y [TBCB10] es la venta de aceitunas producidas en Apulia a distribuidoras situadas en Trento. Esta zona en el norte de Italia es conocida por tener unos menores impuestos que el resto de Italia. Así, algunas de las empresas embotelladoras y exportadoras se sitúan en esta zona. Las autoridades italianas señalan [TBCB6] “siguen siendo un problema, porque parte importante del valor generado por el aceite de oliva en Apulia no se queda en la región”. Los agricultores [TBCB1] [TBCB9] no tienen en cuenta este factor y señalan “pueden pagar un precio superior por la misma cantidad de aceitunas y nosotros no podemos permitirnos bajar nuestros ingresos, tenemos demasiados costes, como los riegos³⁵ que no nos permiten vivir de nuestros cultivos”. Por tanto, la exportación de aceites de “Terra di Bari” no se produce directamente, sino que pasa por otras zonas geográficas y distribuidoras italianas. En este caso, los agricultores y las almazaras no tienen y tampoco necesitan un gran conocimiento de los mercados internacionales (como exige, por otra parte, una economía postindustrial como se ha señalado) sino que este papel queda reservado para las grandes empresas distribuidoras de aceite que por su propia naturaleza sí tienen un mayor conocimiento de los mercados. Esta cadena de valor, más larga, permite descargar al productor del aspecto comercial (solamente vende aceitunas, de la mejor calidad posible, esa es su preocupación) pero por otra parte dificulta la conexión entre productor y consumidor haciendo que, en nuestro modelo, disminuya de forma decisiva π , n y v . Esta situación hace que, a pesar de que los agricultores tienen una mayor comodidad para la venta de sus productos, se produzca

³⁵ Son riegos muy costosos que a menudo deben extraer el agua subterránea a través de motores.

una apropiación rentista del valor por parte de los grandes grupos de distribución. Los grupos de distribución aprovechan los significados locales creados colectivamente durante décadas por las comunidades locales para vender los aceites de oliva como un producto local y con tradición. Esta situación se produce en Terra di Bari y surge por el fracaso de las comunidades de organizarse colectivamente para gestionar esos recursos inmateriales. Tradicionalmente, el sistema italiano no ha estado organizado entorno a cooperativas [TBCB5], si bien se gestionaba desde la colectividad, permitiendo la colaboración entre haciendas que permitía a Terra di Bari ser la principal zona de producción y venta de aceite de oliva de Italia.

Fruto de esta dificultad de conexión productor-consumidor en la zona de influencia de la DOP “Terra di Bari” y gracias a las subvenciones recibidas por los Fondos Europeos de Desarrollo Rural (FEDER), se está intentando restaurar edificaciones tradicionales en las fincas de producción a fin de poder realizar visitas oleo turísticas. El problema, señalado por [TBCB11] inmerso en este proceso, es que “no viene nadie al interior de la provincia de Bari, los visitantes prefieren alguna zona de costa con el paisaje del olivo. Los visitantes no vienen, no les interesa”. Cabe destacar que a pesar de la afirmación del agricultor el proceso de reforma, en su caso, aún no ha comenzado y en la actualidad no dispone de la infraestructura necesaria para albergar visitas. En este sentido [TBCB8] señala “la zona de Brindisi nos lleva ventaja en la venta del paisaje asociada al aceite de oliva, llevan más años haciendo promoción del paisaje e intentando desarrollar ese modelo. Nosotros llegamos tarde, pero creemos que también tenemos fortalezas. No sólo podemos vender aceites y olivos, también nuestros vinos, podemos aportar un turismo agrario más completo, con mayores experiencias. Además de la cata de aceites, podemos hacer también cata de vinos y todo esto en una estructura integrada”. Esta introducción en el turismo agrario puede aumentar decisivamente π , n y v en el modelo, mejorando

ostensiblemente las condiciones materiales de los agricultores y favoreciendo la hostelería en la zona, pudiendo ser un polo de desarrollo rural. Cabe destacar que desde las autoridades de la provincia de Bari se ha hecho un gran esfuerzo por mejorar la infraestructura de transporte, con una mejora clara de los accesos al aeropuerto y con las conexiones en tren a casi todos los puntos de la región. La búsqueda de notoriedad que buscan los agricultores a fin de poder construir esa mediación entre producción y consumo se está realizando prácticamente de manera individual, sin ninguna institución que lo apoye, promueva y organice.

A pesar de ello, en Collina di Brindisi está más desarrollada la capacidad de realizar oleoturismo alrededor del valle de Itria, conocido en Italia como “Valle del Olivo Centenario”. Los productores de esta zona venden casi la totalidad de su producción en sus masías, sede de sus experiencias oleoturística. Esta zona está más adaptada a la economía postindustrial que Terra di Bari [TBCB6].

7.4. Conclusiones. Dos países, formas de producción y cadena de valor distintas. Un mismo síntoma: El agotamiento de las denominaciones de origen como mediación entre producción y consumo.

En este capítulo se ha analizado el mecanismo tradicional de gobernanza de la calidad alimentaria en Europa del Sur: las denominaciones de origen. A través de dos aproximaciones a denominaciones de origen protegidas de aceite de oliva (una en España y otra en Italia) hemos podido constatar que este instrumento concebido para la protección tanto del consumidor (evitando falsificaciones y resolviendo el problema de asimetría de información) como para el productor (protección de la renta agraria) muestra graves síntomas de agotamiento (Grunert y Aachmann, 2016; Teil, 2017; Marie-Vivien et al., 2017; Rabadán et al., 2021). Por lo que necesitan algunas actuaciones para una mayor

adaptación a una economía postindustrial que puedan favorecer su resurgimiento como mecanismo de protección, actuando como un mediador cognitivo validador.

Así, en el caso de Sierra Mágina, los agricultores hacen frente a varias situaciones que generan tensión en la zona. Por un lado, la excesiva presión que los mercados ejercen, con la aparición de nuevos actores en la esfera internacional como Túnez o Marruecos (con inferiores costes de producción), sobre este producto básico, aumentando la competencia y disminuyendo los ingresos de los agricultores. Sierra Mágina produce aceites de gran calidad organoléptica, pero se enfrentan a una gran problemática: sus aceites son muy homogéneos (variedad picual y casi todos recogidos en la misma fecha). Esto unido a las preferencias del mercado (aceites menos picantes y más neutros) hace que la colocación en el mercado sea complicada. Además, dependen de forma decisiva de grandes multinacionales de la distribución para la colocación de su producto en el mercado, produciéndose una apropiación rentista del valor generado por los agricultores en la etapa de la distribución. La exportación en formato botella en Sierra Mágina es muy reducida, siendo la mayor parte de las exportaciones a granel, hecho que dificulta la valorización de los aceites.

La capacidad de innovación por parte de los agricultores es muy escasa. Ejemplo de esto es la poca producción de aceite ecológico (apenas un 2%) producido en la zona y la producción de una única variedad. Este hecho contrasta con el caso de la denominación de origen italiana analizada, en las que existe un amplio abanico de variedades y formas de producción de aceites de oliva. A raíz de esto, se está produciendo un fenómeno descooperativizador (Ajates, 2020). Los agricultores están vendiendo sus productos a empresas privadas locales, lo que lejos de atajar el problema, creará una mayor apropiación rentista, que, ahora también se producirá en la etapa de transformación. Esto es consecuencia de la ausencia de cambios en la etapa de producción dentro de la

denominación de origen, ya que sigue manteniendo la misma variedad y procesos. No se produce un cambio de modelo ni productivo ni comercial, se produce un cambio organizacional que alargará la cadena de valor, estableciendo más eslabones, siendo cada vez más parecidas las problemáticas de Sierra Mágina y Terra di Bari.

Por otro lado, la venta directa en la comarca está muy poco desarrollada, siendo prácticamente en su totalidad de autoconsumo (los propios agricultores que producen retiran el aceite). A pesar de esto, se está intentando crear nuevos canales de venta directa como webs o la asistencia a ferias internacionales de promoción de alimentos como Alimentaria en Barcelona. En un intento por crear mediaciones entre la producción y el consumo se realiza un esfuerzo por fomentar el oleoturismo, aprovechando la ubicación de la comarca en un Parque Natural. En la promoción de los aceites y paquetes oleoturísticos la comarca se encuentra en un punto atrasado. Como se ha ido desarrollando en este capítulo, zonas en Italia como “Collina di Brindisi” o Toscana llevan haciendo esta apuesta por el turismo agrario desde hace 20 años con excelentes resultados.

En Sierra Mágina, además, se están estableciendo conexiones con chefs de fama internacional con el fin de que estos actúen como mediadores cognitivos conectores que puedan mejorar el conocimiento de sus aceites por parte del consumidor. A pesar de que se trata de una forma de mediación, cabe señalar que este tipo de mediaciones están surtiendo efecto entre la hostelería, pero los efectos entre los consumidores todavía son muy incipientes. En esta zona productiva se hace necesario trascender de la venta a granel a través de la gestión colectiva de recursos inmateriales que permitan a los agricultores apropiarse del valor generado con la producción de aceites durante décadas. En la actualidad, los grandes grupos de distribución se apropian del mismo.

Una posibilidad de resurgimiento de la denominación de origen que se ha señalado en este capítulo puede ser la apuesta por la elaboración de aceites de extracción temprana

que puede favorecer el que el consumidor valore la marca de la DOP como una marca de calidad. Pero para poder acceder a este tipo de soluciones, la DOP debe realizar una apuesta por la dinamización de la actividad comercial favoreciendo la venta directa y en formato botella de los aceites producidos. Sin este paso previo, cualquier solución aportada carece de sentido, ya que una vez los aceites son vendidos a granel todo el valor de la producción bajo el sello DOP pierde su valor. La DOP en esta comarca ha favorecido el conocimiento de sus productos de alta calidad, pero también es cierto que la producción (se producen cantidades muy altas) ha tornado en una producción industrial y en masa. Por esto, es necesario volver sobre una producción de calidad, aunque esto suponga una menor cantidad de aceites. El candidato ideal para esto es el aceite de elaboración temprana, ya que su producción puede ser asimilada por los agricultores locales. A pesar de que los aceites ecológicos pueden favorecer esto mismo, una vez considerada la cultura de los agricultores de la comarca en cuanto a la producción, se considera inviable la adopción total de este tipo de producción.

En la zona de producción de “Terra di Bari” la problemática es algo distinta. En esta zona la capacidad de innovación de los agricultores es mucho mayor. Tanto es así que muchos de ellos han talado árboles centenarios para realizar plantaciones de olivar super intensivo o de nuevas variedades con mayor producción por árbol. Ahora, la capacidad de producción es mayor que anteriormente. En cuanto a los canales de venta y comercialización de aceites, siguen manteniéndose alrededor de cinco grandes grupos de distribución. Se produce una apropiación rentista del valor generado por las comunidades locales en el eslabón de distribución de la cadena de valor. Pero, en el caso de Bari, también se produce apropiación de valor en la etapa de transformación. Esto es consecuencia de que la mayor parte de aceite es producido por almazaras privadas que compran la aceituna a los agricultores directamente. Serán estas almazaras las que

conecten con los grandes grupos de distribución para colocar el aceite en el mercado. Se produce, además, la paradoja de que parte de la producción de Bari es comprada por almazaras en Toscana que, a través de una mayor notoriedad en el mercado internacional, exportan el aceite. Este hecho hace que la mayoría de los agricultores de la zona no produzca dentro de los márgenes de la DOP, ya que posteriormente venderán el aceite a otra zona y la etiqueta de la DOP perderá todo su valor, convirtiéndose en un gasto más, sin retorno económico. El escaso valor generado por la etiqueta de la DOP se manifiesta en la negativa creciente entre los agricultores a seguir dentro de los márgenes establecidos por la misma y por la escasa diferencia de precios que manifiesta en el mercado italiano entre un aceite con sello DOP y otro sin él.

En búsqueda de notoriedad “Terra di Bari” ha puesto en marcha, en colaboración conjunta con el Ministerio de Patrimonio, una estrategia de rehabilitación y puesta en valor de edificios agrícolas para favorecer el oleturismo. Este hecho puede favorecer la mediación entre el consumidor final y el productor. Pero se da un problema esencial: con la tala de los árboles centenarios, el paisaje de Terra di Bari no es nada pintoresco ni llamativo, no se diferencia en nada de otra zona productiva del mundo. Esta situación hace que los turistas no tengan especial interés en visitar la zona. Los visitantes de Apulia prefieren las zonas de costa y algunas zonas donde se pueden combinar estas visitas a la costa con experiencias oleo turísticas. Esto dificulta enormemente la apropiación por parte del agricultor y su conexión con el consumidor, lo que hace que la denominación de origen no goce de una buena salud. Estas dificultades para establecer mediaciones entre la producción y el consumo de aceite a través del mecanismo de la DOP tienen una consecuencia muy importante: la denominación de origen no es un instrumento que favorezca el desarrollo rural de la zona y algunos productores están comenzando a crear nuevas formas de comunicar y vender sus aceites de forma autogestionada.

Una posible forma de resurgimiento de esta denominación de origen podría ser la apuesta por la creación de una comercializadora-ensambladora de aceites de oliva en la región que pueda favorecer la exportación. Es cierto que esto es cada vez más difícil de conseguir, ya que muchos de los agricultores están eliminando los cultivos tradicionales. Es cierto que la cultura del agricultor no ayuda a que la DOP pueda tener un resurgimiento claro, ya que muchos de ellos prefieren realizar la producción y venta si las restricciones de la DOP, aunque si bien es cierto, es más sencilla la colocación de los aceites con el sello DOP. Quizás una de las posibilidades de la DOP para favorecer la apropiación de valor por parte de los agricultores puede ser la mayor inversión en mejorar las estrategias de coordinación horizontal y vertical para controlar exceso de oferta y coordinar las estrategias de marketing. Estas soluciones van en línea de las investigaciones llevadas a cabo en esta DOP (Roselli et al., 2009). El problema en Bari no está en la calidad del producto sino en la forma en la que este se produce y se comercializa.

Tras el análisis de estas dos denominaciones de origen, vemos que, aunque la situación de producción, distribución y mediación cognitiva es distinta entre ellas, las denominaciones de origen parecen perder capacidad de proteger al consumidor o al productor. En estos casos se dan muestras de elementos que dejan de asociarse a calidad, que a menudo los propios agricultores rechazan, ya que consideran la pertenencia a ellas como un mayor coste sin retorno económico, especialmente en el caso italiano.

Por ello, se hace necesario repensar la acción colectiva. El creciente componente inmaterial de la producción y el consumo hace imprescindible la inversión en infraestructuras digitales y en la comunicación de contenidos (Stiglitz y Greenwald, 2014). Las inversiones tanto en la formación de capital humano como en las comunicaciones tienen rendimientos lentos, en gran medida fuera del alcance de los inversores privados. Por lo tanto, esta es un área donde la participación pública es crucial

para alimentar la capacidad innovadora del sistema de producción en su conjunto, de lo contrario empresas y producción se moverán hacia lugares donde la réplica del conocimiento tenga un menor coste (Rullani et al., 2016). Dejando atrás nociones basadas en criterios de elección racional, se hace necesario vincular el fenómeno de la acción colectiva a los repetidos procesos de resignificación de la producción y el consumo en las economías postindustriales, subrayando la importancia de construir una acción colectiva que trascienda los contextos locales.

El nuevo mundo de las cadenas de suministro agroalimentarias transnacionales aleja a los agricultores de los mercados locales. Los agricultores que están acostumbrados a vender en los mercados locales, regionales o nacionales no pueden continuar como antes (Friedmann y McNair, 2008). Las estructuras de gobernanza asociadas a las certificaciones de calidad territorial cada vez sufren más para comprender y gestionar dinámicas estructurales, porque crean asimetrías de información crecientes y problemas de selección adversa, además de restricciones institucionales a la iniciativa de los actores rurales (como se ve claramente en la industria del aceite de oliva). Alternativamente, la acción colectiva debe trascender el ámbito territorial, dado que la gestión de recursos inmateriales conlleva una mayor incidencia y conocimiento de mercados lejanos y contextos no locales mediante mediadores como cursos de formación que puedan hacer más fácil la exportación de aceites, como ya se está haciendo en el caso del vino (Macías Vázquez, 2021).

En este sentido, es necesario integrar en los esquemas de acción colectiva y estructuras de gobernanza territorial la presencia de mediadores cognitivos que transforman el conocimiento original en conectivo. Los cuales, a partir del desarrollo de funciones de sistematización, conexión, interpretación y validación, juegan un papel primordial en la generación de valor y su apropiación territorial. El sistema agroalimentario ha sido y sigue

siendo un territorio en disputa, que sin embargo ofrece un amplio espacio para la agencia individual y colectiva (Reardon et al., 2005).

Por tanto, se hace necesario el desarrollo de nuevas mediaciones que favorezcan la conexión entre el productor y el consumidor. Las denominaciones de origen están teniendo problemas para llevar a cabo esta labor, alejadas cada vez más de su objetivo primero: la resolución del problema de selección adversa. Su papel en una economía postindustrial debe centrarse en realizar labores de mediador cognitivo de corte validador que permita un mayor conocimiento del producto a través de la puesta en valor de los recursos inmateriales asociados a él.

En este sentido, nuevas formas de validación de la calidad se están abriendo paso tales como los sistemas participativos de garantía (SPG) o las redes alimentarias alternativas (RAA). En estos sistemas el consumidor es parte esencial del sistema de validación y forma parte de él, por tanto, está informado sobre la calidad, la forma de producción y transformación del producto.

CAPÍTULO 8. NUEVAS FORMAS DE MEDIACIÓN ENTRE PRODUCCIÓN Y CONSUMO EN UNA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.

8.1. Introducción.

Ante las crecientes dificultades a las que se enfrentan las formas tradicionales de gobernanza colectiva relativas al sector agroalimentario, como se ha analizado en el capítulo anterior con el caso de las denominaciones de origen, se hace necesario explorar nuevas formas de mediación entre la producción y el consumo. Una nueva forma de entender las relaciones económicas y sociales que se sitúan detrás del hecho principal, que es la alimentación. Para el desarrollo sostenible en una economía postindustrial no es una condición suficiente la gestión colectiva de los recursos materiales (Fernández-Fernández et al., 2015; Alonso González, 2014; Zepeda et al., 2014), sino que se hace necesario además una gestión más eficiente de los recursos inmateriales, poniendo especial énfasis en los valores éticos que promulgan otra forma de consumir.

En esta situación en el sistema agroalimentario actual, como hemos visto en los casos de denominaciones de origen, se tiende a un sistema de concentración, en el que las grandes transnacionales de la distribución poseen un gran poder de mercado. 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). El sistema agroalimentario actual está caracterizado, en primer lugar, por la reorganización de los procesos de producción y distribución de los alimentos. En segundo lugar, por la presencia de un consumidor más proactivo y atento a los riesgos. Ante esta situación, la calidad se erige como un nuevo eje de disputa y competencia, que reconfigura las relaciones sociales (Hatanaka y Busch, 2008), expulsando del mercado a

aquellos productores que son incapaces de mantener o alcanzar los estándares de calidad impuestos por el mercado (McMichael, 2009).

Con el desarrollo de una economía postindustrial (Macías Vázquez y Alonso González, 2016), los recursos inmateriales protagonizan, como se ha venido señalando en esta tesis doctoral, una función más estructural en los procesos de valorización de las actividades productivas. Esto pronostica que su gestión colectiva va a tener un impacto significativo en el desarrollo sostenible de los territorios, interaccionando con el papel que juega la gestión de los recursos materiales locales. En una economía posindustrial, los consumidores están dispuestos a pagar un precio mayor por aquellas producciones tradicionales que se relacionan más claramente con determinados valores éticos y significados sociales, desde la defensa del medio ambiente y de las comunidades locales hasta la promoción de la justicia social y la igualdad de género (Comaroff y Comaroff, 2009; Callon, Méadel y Rabehariosa, 2012). Es lo que Boltanski y Esquerre (2017) han denominado objetos enriquecidos. Estos no son valorados por su utilidad o su resistencia, como ocurre con los productos industriales comunes, sino por ser nuevos o diferentes. A menudo están asociadas con marcadores de identidad nacional, para garantizar su autenticidad. Se produce una intensa demanda de diferenciación y desmasificación, teniendo lugar una endogeinización por parte del sistema capitalista (Boltanski y Chiapello, 2002). Sin embargo, frecuentemente son las élites transnacionales y/o locales, al vincularse más estrechamente con la esfera del consumo, las que tienen una capacidad mayor para apropiarse de este potencial valor añadido mediante una gestión más eficaz de este tipo de valores y significados (Macías Vázquez y Alonso González, 2015), tal y como se ha podido observar en el caso de las denominaciones de origen analizadas en el capítulo anterior.

A raíz de esta apropiación por parte de las transnacionales, en las últimas dos décadas surgen movimientos de resistencia como los mercados agroalimentarios “éticos”, un término general que engloba experiencias de distinta procedencia social, ambiental y geográfica (Bidwell, Murray y Overton, 2015). En el marco de estos mercados suelen desarrollarse las Redes Alimentarias Alternativas (RAA) que representan reacciones de los consumidores a una serie de preocupaciones ambientales, éticas y de salud que suponen una alternativa a los sistemas de suministro de alimentos 'convencionales' que se han vuelto cada vez más industrializados y de alcance mundial (Ilbery y Maye, 2005: 823). En las RAA tanto los productores como los consumidores tienen una relación cercana y directa que aumenta la confianza en los alimentos que se consumen al brindarles información sobre su origen y procedencia apoyando una mayor preocupación por la sostenibilidad ecológica y social (Kessari et al, 2020).

En este capítulo se analizará una aproximación a terreno de un tipo de gestión alternativa de los recursos inmateriales mediante una RAA, como un Ecomercado, que pueda frenar la tendencia actual a la excesiva concentración de la intermediación comercial en los mercados agroalimentarios (Vorley, 2003). En particular, en la aproximación de caso, se analiza un MPA que se trata de un tipo específico de RAA. En este tipo de RAA el grado de compromiso del consumidor no es el más alto de los posibles (este papel es para la agricultura sostenida por la comunidad), limitándose al acto de compra de productos ecológicos sin necesidad de pertenecer al mismo como socio. Se trata del tipo de RAA con mayor implantación sobre el territorio a nivel europeo, siendo común la proliferación de este tipo de redes a lo largo del continente. En América Latina se están implementando en la actualidad numerosas iniciativas de este corte, siendo actualmente un movimiento incipiente.

En concreto, se pone el foco sobre cómo las relaciones entre productores y consumidores se articulan en torno a dos recursos inmateriales, que tienen una importancia significativa en el funcionamiento de este tipo de instituciones mercantiles de gestión colectiva. Por un lado, la conciencia social de los consumidores en torno al consumo de alimentos ecológicos, saludables y locales, es decir, los valores éticos que despliegan cuando consumen alimentos. Por otro lado, el compromiso ético de los productores por el mantenimiento de sistemas agroalimentarios locales de base agroecológica.

La selección del caso viene determinada por un aspecto de especial interés que introduce el Ecomercado de Granada a través de la unión de tres elementos claves (Macías Vázquez y Morillas del Moral, 2022). 1- por un lado, la gestión de un recurso material como es la Vega de Granada (zona limítrofe a la ciudad de la que provienen los productos del Ecomercado) a través del enfoque agroecológico, compatible con el desarrollo sostenible. 2- por otro lado, a esta se le suma la gestión de dos recursos inmateriales como la conciencia social de los consumidores y el compromiso ético de los productores. 3- Por último, tanto la esfera material como la esfera inmaterial son gestionadas de forma colectiva por una RAA en la que se produce una mediación entre producción y consumo, no sólo de productos ecológicos sino también de conocimiento y saber hacer. Esta mediación hace que este tipo de instituciones puedan ser candidatas a poner fin a la apropiación rentista del valor por parte de las grandes corporaciones transnacionales y ser un elemento que facilite la resolución de la crisis de rentas agraria en las economías occidentales.

8.2. El Ecomercado de Granada como mediador alternativo entre producción y consumo en una economía postindustrial.

8.2.1. Introducción.

En esta sección, se analiza el Ecomercado de Granada, en España. En concreto, resulta de especial interés cómo las relaciones entre productores y consumidores se articulan en torno a dos recursos inmateriales, que tienen una importancia significativa en el funcionamiento de este tipo de instituciones mercantiles de gestión colectiva. Por un lado, la conciencia social de los consumidores en torno al consumo de alimentos ecológicos, saludables y locales, es decir, los valores éticos que despliegan cuando consumen alimentos. Por otro lado, el compromiso ético de los productores por el mantenimiento de sistemas agroalimentarios locales de base agroecológica. Además, esta institución gestiona de manera colectiva un recurso material como es la Vega de Granada. Es un caso paradigmático de RAA. Desde sus comienzos hasta la actualidad el Ecomercado está formado y fue creado conjuntamente por una serie de consumidores y productores preocupados por la alimentación y la salud. A pesar de ello, un rasgo importante de este Ecomercado es la posibilidad de adquirir productos sin intermediarios y para lo que no es necesario pertenecer a la organización. Pero el Ecomercado no es sólo un lugar en el que adquirir alimentos ecológicos, se trata de un espacio de discusión y aprendizaje que facilita el conocimiento de la sociedad.

8.2.2. El Ecomercado de Granada: Funcionamiento y organización de una Red Alimentaria Alternativa.

El Ecomercado de Granada surge a través de un proceso participativo en el que intervienen personas e instituciones vinculadas a la agroecología en esta ciudad andaluza. La motivación inicial por la que este grupo de trabajo se reunió era el acceso a una subvención pública para favorecer los canales cortos de comercialización de productos agroalimentarios. El proceso fue apoyado y dinamizado por el grupo de investigación de

la Universidad de Granada, PLANPAIS. Con el fin de acceder a la subvención se diseñó un proyecto de Investigación-Acción Participativa (IAP) en el año 2013 (Matarán y Castillo, 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, la distribución y las posibles pérdidas de productos al no conseguirse su venta. Todo el proceso se llevó a cabo mediante metodologías IAP. Además, en este proceso de IAP con el equipo PLANPAIS se identificaron los primeros problemas a los que el Ecomercado debía hacer frente. Por ejemplo, la falta de espacios de venta o la coordinación entre colectivos. Se decide en una primera reunión la creación de un mercado común de todos los colectivos y personas asistentes a dichas reuniones [EMG1].

El acceso a dicha subvención fue rechazado por las autoridades competentes y los miembros del Ecomercado decidieron no concurrir más a dicha subvención. No obstante, fruto de ese germen de la preocupación por la alimentación y por los saberes locales, se llevó a cabo un proceso participativo entre varios particulares y organizaciones agroecológicas. En este proceso deciden, de forma colectiva, crear un mercado al aire libre en el que además de vender los productos ecológicos se pudiesen realizar actividades y cursos de formación en un espacio amplio y sostenible, el Ecomercado (De la Cruz Abarca y Calle, 2015).

La Red Agroecológica de Granada (RAG), creada en el mismo proceso, será la entidad facilitadora y representante de las organizaciones y productores individuales que participan en el Ecomercado [EMG2]. La RAG también tiene la función de hacer que las normas y reglas se cumplan. En este sentido y siguiendo la literatura académica señalada en el primer capítulo acerca de instituciones de acción colectiva (Ostrom, 2009), se

establecieron normas claras con el fin de establecer unas pautas de funcionamiento conocidas y respetadas por todos los miembros.

Los objetivos principales del Ecomercado de Granada son los siguientes: la articulación y organización de la oferta de productos ecológicos, fomentar la visibilidad de la producción agroecológica y la relación con los consumidores, facilitar la coordinación y representación del sector agroecológico, y fomentar los canales cortos de comercialización con el fin de controlar todas las fases del proceso de comercialización [EMG1] [EMG2]. El Ecomercado aprovecha la cercanía de la Vega de Granada, una zona muy fértil de huertas, que tradicionalmente había abastecido de hortalizas a la ciudad, pero que en los últimos años había sufrido un importante abandono. Con el florecimiento del Ecomercado y de una mayor preocupación del consumidor por la alimentación ecológica la zona de la Vega de Granada ha aumentado su ocupación agrícola. Tanto es así que se ha llegado a alquilar huertas con derechos de riego en la Vega, teniendo gran aceptación por parte de la población granadina [EMG3] [EMG1].

Tiene mucho peso entre los participantes del Ecomercado la idea de desarrollo sostenible, intentando mantener un recurso material como es la Vega de Granada, a menudo amenazada por la planificación urbanística (Zapiain, 2011). La expansión urbanística de la ciudad de Granada en la década de 1980, así como el aumento de la población en las poblaciones en la periferia de la capital, ha roto el tradicional equilibrio territorial de la Vega. Esto ha sido propiciado por la utilización del suelo para usos no agrícolas y produciéndose una fuerte reducción de la superficie cultivada (Castillo y Cejudo, 2010). Los lugares que la conforman se encuentran en un estado transitorio; materializan una transición desnaturalizada y llena de presiones entre dos realidades opuestas (rural y urbana) que no ha sido planificada y a menudo se ha realizado sin los controles pertinentes. Precisamente esta situación de indefinición es la que nos permite entenderlos

hoy como espacios de oportunidad para mejorar la relación entre las dinámicas urbanas y rurales en conflicto (Arredondo, 2021). Con la complejidad social que entrañan las relaciones entre los ámbitos rurales y urbanos se torna decisiva. Para el Ecomercado la gestión del recurso material que es la Vega de Granada es un aspecto muy a tener en cuenta ya que es decisivo el poder mantener este recurso de manera sostenible. La adopción del enfoque agroecológico viene a fomentar una forma de gestión colectiva del recurso de forma sostenible a través de una RAA. Puede considerarse una reconexión del ámbito urbano con el ámbito rural (Fonte, 2008).

El Ecomercado tiene lugar en la explanada del Palacio de Congresos de Granada (ver ilustración 13), zona muy céntrica de la ciudad. Esta localización es cedida de forma gratuita por el Ayuntamiento de Granada. Se lleva a cabo de forma mensual durante el primer sábado de cada mes. Allí se ponen a la venta de forma totalmente autogestionada puestos de venta de productos agroecológicos, de los productores socios de la RAG. Gracias al buen hacer del Ecomercado la cantidad de productores asociados no ha dejado de crecer. Desde las 15 asociaciones y productores que iniciaron el proyecto del Ecomercado hasta las 23 asociaciones y productores que componen la RAG en la actualidad.

El Ecomercado se rige de forma asamblearia y dispone de distintas comisiones de trabajo. Para ser incluidos en el Ecomercado, los productores deben estar comprometidos con la producción ecológica. Con el fin de comprobar que se cumplen estas condiciones, en el Ecomercado existe una comisión específica de trabajo que se encarga de comprobar que los productores cumplen las condiciones de admisión. Una vez admitidos en el Ecomercado, existen “vigilantes” cuya misión es comprobar que todos los productos que son vendidos durante el día de celebración del mismo cumplen con los requisitos. Si estos

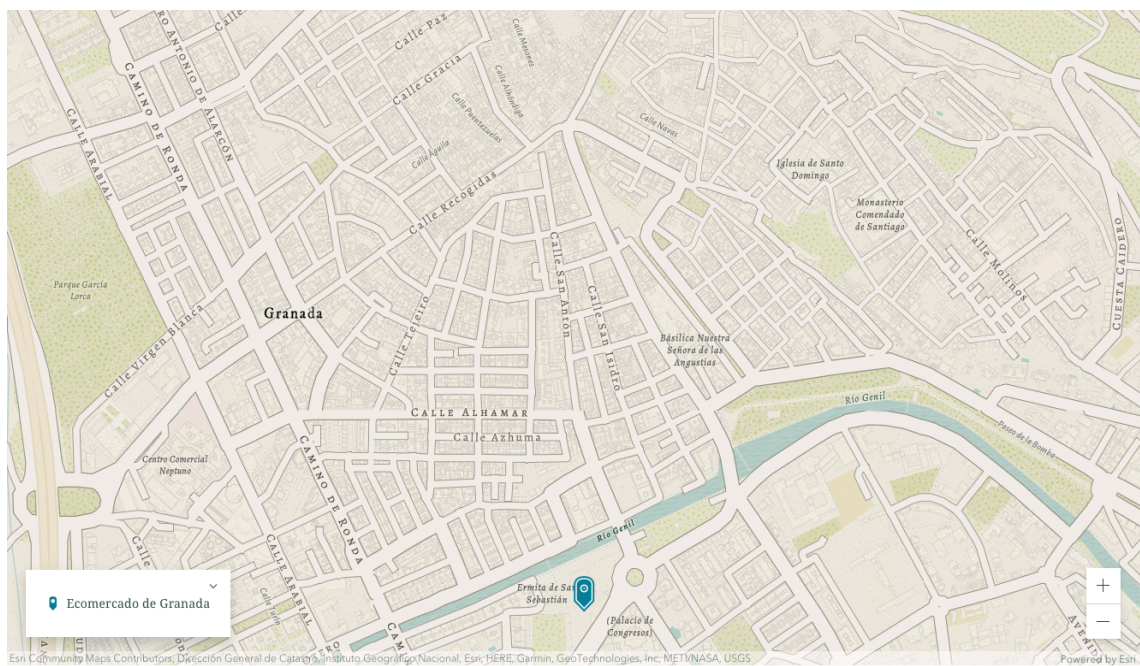
vigilantes observan que un productor no ha cumplido con los estándares de producción, ese socio sería expulsado no pudiendo vender nunca más sus productos en él.

Ilustración 14. Granada en España. Contexto geográfico.



Fuente: Elaboración propia en base a ArcGis.

Ilustración 15. Lugar de realización del Ecomercado de Granada.



Fuente: Elaboración propia en base a ArcGis.

Es una institución que no dispone de subvenciones públicas, siendo el 100% de los fondos propios. Las decisiones son tomadas por el voto de sus socios al corriente de pago. Los productos puestos a la venta en el Ecomercado son elaborados bajo el enfoque agroecológico y en su mayoría producidos por socios del Ecomercado. No se permite la competencia en precios, al igual que numerosos casos de RAA estudiados por la literatura (Argüelles et al., 2018; Sacco dos Anjos et al., 2019; Alberio y Moralli, 2021). Sólo un 10% de los productos pueden proceder de agentes externos al Ecomercado, y preferentemente deben producirse en zonas cercanas, siempre y cuando estos productos no sean vendidos por ninguno de los productores pertenecientes al Ecomercado. Al exigir estas condiciones relativas a la producción, se evita el riesgo que sobrevuela este tipo de experiencias, que se conviertan en mercados de intermediarios comerciales, difuminando y desenfocando los objetivos primordiales (Mauleón, 2010). Si se permitiese un mayor porcentaje de productos externos el Ecomercado no sería más que una plataforma de distribución, perdiendo el objetivo de favorecer el comercio de cercanía. Esta limitación a la reventa ha sido observada en la mayoría de casos de estudio sobre RAA (Kessari et al., 2020; Tchoukaleyska, 2013; Rosol y Barbosa Jr., 2021).

Los socios del Ecomercado son un grupo muy heterogéneo. Esta heterogeneidad queda reflejada en la distinta posición que adoptan cada uno de ellos. Así, puede haber socios que son productores de alimentos bajo el enfoque agroecológico de forma individual o bien mediante asociaciones de productores colectivas. Por otro lado, hay consumidores o grupos de consumidores que son socios del Ecomercado y que también mantienen el Ecomercado con sus cuotas, además de estar dentro del proceso de toma de decisiones. Esta característica es muy llamativa en el estudio de RAA, ya que desde sus comienzos el Ecomercado ha estado compuesto por la unión de productores y consumidores,

tomando las decisiones conjuntamente. La configuración de este Ecomercado no se entiende sin el apoyo de los consumidores a la producción ecológica y su conciencia social.

Además, a pesar de no estar en el día a día del Ecomercado, es posible que una persona con especial interés en sus objetivos decida pagar la cuota de socio. Esta situación no daría acceso al voto en asamblea. La ausencia de voto es consecuencia de la necesidad de participación diaria y asistencia a todas las reuniones que se llevan a cabo en el día a día del Ecomercado. La participación es una condición necesaria para ser socio con derecho a voto. Esta figura especial, en esta tesis doctoral, se ha llamado “consumidor político”. Esta es una figura que no ha sido observada en la literatura existente sobre RAA, resultando un tanto novedosa. Es una forma de apoyo a los valores del Ecomercado a pesar de no poder aprovecharse de las ventajas a las que da acceso de forma diaria. Esta figura es utilizada por algunos socios que han pertenecido al Ecomercado en algún momento pero que, por motivos laborales o personales, han abandonado la ciudad. La existencia del consumidor político se asienta sobre el carácter político de la organización. Es un mecanismo que permite al Ecomercado fortalecer su capacidad de resiliencia en contextos de dificultad.

Debido al alto grado de compromiso y dedicación que requiere el Ecomercado, se llegó a la decisión de trabajar preferentemente con organizaciones de productores. También son bienvenidos productores individuales o familias con alto grado de compromiso político [EMG1]. Los productores que venden sus alimentos en el Ecomercado pagan una cuota para el mantenimiento de la infraestructura. Mediante estas cuotas se adquieren distintos materiales que son necesarios para la celebración del Ecomercado tales como carpas, mesas y las distintas formas de promoción (especialmente cartelera). Esta tendencia a la cooperación, este compromiso colectivo con los sistemas productivos

agroecológico representa, en sí mismo, un importante recurso inmaterial, que contienen un stock potencialmente infinito de valor útil, ya que cuanto más se utilice más se refuerza, más crece su valor. El Ecomercado asocia las nuevas formas de gestión alternativa de la alimentación con las tradiciones de la sociedad granadina, hecho que favorece su aceptación y valoración por parte de los consumidores de la ciudad (Macías Vázquez y Morillas del Moral, 2022). Todos estos procesos se apoyan en comportamientos emergentes que son característicos de una sociedad postindustrial, que se entrelazan con comportamientos arraigados en la sociedad granadina y andaluza durante siglos³⁶. Para comprender el carácter de esta área nos debemos remontar a la época musulmana, etapa histórica más antigua que ha contribuido a configurar su paisaje. De ella data la forma de cultivar, la expansión del regadío y el sistema parcelario, además de una importante red de acequias que han perdurado hasta nuestros días, configurándose así su esencia patrimonial —la actividad agrícola en su conformación histórica (Ruiz y Cejudo, 2010:243). La Vega de Granada (territorio de donde proviene la mayor parte de los productos del Ecomercado) aún mantiene la estructura musulmana de acequias y parcelas con los manejos tradicionales que se fomentan desde el Ecomercado. Tradicionalmente, los productos eran vendidos por los agricultores en los mercados de Abastos de la ciudad, hecho que perdura hoy día en la práctica totalidad del territorio andaluz. Esta tradición hace que la iniciativa del Ecomercado tenga una mayor aceptación por parte de la sociedad granadina, siendo la base cultural que fundamenta la experiencia agroecológica del Ecomercado de Granada.

Fruto de su buen funcionamiento sigue expandiéndose por la ciudad, creándose el Ecomercado Norte. Esta apertura era una reivindicación de los consumidores que

³⁶ Granada pertenece a la región de Andalucía. Esta región meridional española presenta una gran peculiaridad histórica y etnográfica, al haber representado un crisol de culturas muy diversas (cristiana, islámica y judía)

solicitaban una mayor frecuencia en la celebración debido a que periodicidad era demasiado lejana como para abastecer de productos frescos a los consumidores. A diferencia de otras RAA en España, que no sólo no crecen, sino que están sufriendo para mantenerse o llegando a desaparecer (Mauleón, 2010) el Ecomercado sigue creciendo tanto en extensión como en volumen de ventas.

Pero el Ecomercado no es sólo un lugar de compra-venta de productos ecológicos, es también un punto de encuentro de todos los colectivos y personas cercanas a la agroecología en la ciudad de Granada. Durante su celebración, se realizan cursos de formación, se comparten experiencias y know hows que favorezcan un manejo de la tierra sostenible y compatible con las prácticas agroecológicas. También se hacen catas de productos artesanales y se explican las bondades y características de estos productos. Por todo ello, el Ecomercado está lejos de ser un simple mercado de adquisición de productos, es un acto de resistencia al mercado capitalista. Se trata de una nueva forma de entender las relaciones sociales del campo y la ciudad (Jarosz, 2008).

Ilustración 16. El Ecomercado de Granada un día de celebración.



Fuente: Paco Cáceres (2018).

8.2.3. El Ecomercado de Granada como un mediador entre la producción y el consumo como solución al proceso de apropiación rentista.

Desde su creación el Ecomercado ha destacado por la amplia participación de colectivos, siendo una institución que no nace solo por parte de los productores, como ocurre en el caso de numerosas RAA (Sacco dos Anjos et al., 2019; Argüelles et al., 2018; Rosol y Barbosa Jr., 2021). Desde sus inicios la mediación entre la producción y el consumo se produce actuando el Ecomercado como un mediador cognitivo de tipo validador y sistematizador. Este hecho favorece la conexión y comprensión de ambas partes, en las que salen mutuamente beneficiadas. El consumidor siente la iniciativa como propia y conoce perfectamente la forma de producción y la persona que se encuentra detrás del producto adquirido. Es lo que la literatura académica ha denominado como “desvelar geografías ocultas” (Barnett et al., 2005; Lyon, 2006). Con la incorporación del consumidor al sistema de garantía se consigue un punto de partida muy alto tanto de *n* como de *v*. Esta situación resulta más ventajosa frente a una iniciativa creada únicamente por los productores de alimentos ecológicos.

El Ecomercado garantiza que sus productos son elaborados bajo unos criterios de producción. Estos criterios quedan marcados por el enfoque agroecológico, hecho que aumenta *n* y *v* en el modelo de creación de valor inmaterial desarrollado en el capítulo 6. El consumidor también forma parte del sistema de control de la calidad, tratándose de un sistema participativo de garantía (SPG). El sistema participativo de garantía es entendido en el seno del Ecomercado como un paso más en la certificación de la calidad respecto a las denominaciones de origen. Las denominaciones de origen en la zona no han favorecido la diferenciación de los productos por calidad. No hay una diferenciación por

segmentos de calidad a través de una denominación de origen (Valceschini y Nicolas, 1995). Esta situación es causada, principalmente, por la falta de una única denominación de origen que unifique todos los productos elaborados por el Ecomercado. Dentro de la institución se producen principalmente frutas y hortalizas, aunque se han incorporado en la actualidad quesos y carnes producidos en la zona. Esta incorporación es fruto de una demanda de los consumidores de aumentar la oferta de productos. Por tanto, siguiendo la argumentación expuesta en esta tesis doctoral, se hace necesaria otra forma de diferenciación con respecto a los productos de las grandes comercializadoras, pudiendo plantearse estos sistemas como candidatos a ser una alternativa al sistema tradicional de certificación. Si las denominaciones de origen primaban los indicadores objetivos sancionados mediante sistemas expertos y transmitidos mediante etiquetados basados en códigos abstractos, en los SPG la mediación entre productores y consumidores tiene un carácter más subjetivo, basada en relaciones de confianza entre los actores (quedando al margen los sistemas expertos). El Ecomercado como mediador cognitivo validador hace que las experiencias que estén dentro de la institución cumplan con esos valores éticos que se les presupone a las iniciativas de base agroecológica. Este es un mecanismo que hace que la institución tenga una fortaleza respecto a su supervivencia que, además, favorece el aumento de π . Estos sistemas son utilizados por muchas RAA como un método de validación de la calidad alternativo del sistema tradicional (Chaparro-Africano y Naranjo, 2020; Mastronardi et al., 2019; Miralles et al., 2017).

Como anteriormente se señalaba, el Ecomercado tiene “vigilantes”. Entre las labores del vigilante está comprobar que los precios a los que se venden los productos el día de celebración del Ecomercado se corresponden con los acordados por la asamblea. Como se menciona más arriba, no es posible la competencia en precios dentro del Ecomercado, por tanto, estos son fijados previamente. Cuestionados sobre esto algunos miembros del

Ecomercado señalan: “no tendría sentido que compitiéramos en precios, cuando realmente lo que buscamos son unas mejores condiciones para todos” [EMG5] [EMG3]. Con esto el Ecomercado logra que tanto n como v aumenten debido a que los consumidores son conscientes de que el Ecomercado tiene unas reglas coherentes y que se cumplen. De no cumplirse estas normas n y v bajarían sin remedio, atacando directamente al SPG. Este ataque al SPG quebraría la confianza entre consumidores y productores poniendo en riesgo la supervivencia de la institución.

Los consumidores demandan crecientemente conocer la trazabilidad de los productos que consumen (Calvo-Dopico, 2015). Existe un incremento de la preocupación por la alimentación, la calidad de los productos que se consumen y la salud (Boltanski y Esquerre, 2017). A raíz de esta preocupación existe una mayor disposición a pagar un precio superior por los productos ecológicos (Adams y Salois, 2010). Los productores del Ecomercado poseen, el conocimiento implícito y práctico, know-how, cooperación e intercambio de favores entre agentes para la producción bajo el enfoque agroecológico y esto es conocido entre la sociedad granadina a lo largo del tiempo (Macías Vázquez y Morillas del Moral, 2022). Es un espacio donde compartir experiencias y conocimientos mediante la elaboración de cursos de formación y talleres de elaboración de productos. Esto hace que se produzcan mediaciones cognitivas interpretativas y sistematizadoras entre los productores y los consumidores. Esto es consecuencia del acercamiento de los métodos de producción al consumidor, pero también de la transmisión de conocimiento y consejos. Esto favorece el aumento de la capacidad de apropiación del valor generado (π), la capacidad de interpretación por parte de los consumidores de los significados incorporados en la producción material de alimentos (v) y la cantidad de veces que se propagan y replican estos significados (n) en la fórmula de generación de valor de activos inmateriales.

Son los consumidores los que aportan sentido a este espacio. Sin ellos, los productores no venderían sus productos agroecológicos ni el conocimiento generado se transmitiría. El Ecomercado es un punto de reivindicación en favor de la producción local frente a las grandes cadenas y comercializadoras. Busca esta institución unas mejores condiciones materiales de los productores al proporcionarles una estructura donde vender sus productos. A pesar de esto, las cuotas del Ecomercado no van directamente al productor para “subvencionar” directamente su producción como sí hacen otras RAA, en lo que se ha denominado como agricultura sostenida por la comunidad (ASC) (Bos y Owen, 2016).

Entre los consumidores encuestados, un 60% de ellos señalan que su gasto mensual en el Ecomercado es superior a 50€, lo que supone un elevado gasto. El 40% de los encuestados acuden de 6 a 11 veces al año al Ecomercado, mientras un 27% acuden todos los meses, lo que muestra que los consumidores tienen una elevada fidelidad que favorece el aumento de π en nuestro modelo. Una de las debilidades que mostraba el Ecomercado era la escasa variedad de alimentos disponibles. En la actualidad, esta carencia se ha intentado reducir con la incorporación de socios que se dedican a la producción de carne y mayor variedad de hortalizas bajo el enfoque agroecológico. De conseguirse este objetivo, puede aumentar n y v en nuestro modelo de creación de valor, ya que cada vez más personas conocerán la institución.

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, como un acto de resistencia ante el sistema agroalimentario globalizado. Esto entronca con la forma de hacer frente al sistema agroalimentario globalizado y la apropiación rentista del valor que se produce en el eslabón de distribución de la cadena de valor por parte de los grandes grupos distribuidores. Esta labor de frente común es posible llevarla a cabo por los miembros del Ecomercado gracias a la fidelidad

de los consumidores y el compromiso ético de los productores en la elaboración de productos de base ecológica.

En cuanto a las razones por las que los consumidores asisten al Ecomercado, los consumidores señalan como muy importantes, el apoyo a la economía local, la mayor calidad de los productos ofertados en relación a los canales convencionales de alimentación, la mejora del medioambiente y la cercanía de los productos, que les permiten un acercamiento y una mayor confianza en el proceso de elaboración de los mismos en relación a los canales de comercialización de alimentos de masas. En la siguiente tabla se muestra la importancia que los consumidores dan a estos ítems:

Tabla 19. Razón por la que asisten al Ecomercado. (1 menor importancia 4 mayor importancia).

Razones/Importancia	1	2	3	4
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 encuestas realizadas³⁷

³⁷ Para más información acerca de la encuesta breve realizada a los miembros del Ecomercado ver anexo IV. En él se puede observar la encuesta que fue administrada por el autor.

Los datos señalan como la principal razón por la que los consumidores asisten al Ecomercado el apoyo y fomento de la economía local. En segundo lugar, se sitúa la producción de cercanía. Esto se asocia a los saberes y formas de hacer locales que hacen que el consumidor valore mucho esta institución. En cuanto a la mejora del medioambiente, la mayor parte de los consumidores del Ecomercado se consideran concienciados con el cambio climático y la acción para combatir sus efectos. Esto es especialmente importante teniendo en cuenta que la ciudad de Granada y su área metropolitana es una de las zonas más contaminadas de España (Ecologistas en Acción, 2013). A pesar de los datos de contaminación, no es el motivo principal de la visita de los consumidores al Ecomercado. La mayor calidad de los productos es otro aspecto señalado como muy importante por los consumidores. Los productos ofertados por el Ecomercado tienen un mejor sabor que los productos ofertados por las grandes cadenas de distribución alimentaria, a juicio de los consumidores habituales. A pesar de los precios superiores del Ecomercado respecto a las grandes cadenas de distribución, los consumidores habituales de productos ecológicos prefieren acudir al mismo para realizar sus compras. Esto se conecta con la literatura académica sobre RAA (Janssen y Hamm, 2012; Tolón-Becerra et al., 2009).

De la supervivencia del Ecomercado depende en gran medida la capacidad de apropiarse del valor generado por parte de los productores, ya que según comentaban unos productores que venden y pertenecen al Ecomercado [EMG4] [EMG3], “si el Ecomercado cae, es muy posible que tengamos que volver a vender nuestros productos a las grandes cadenas de distribución, probablemente volviendo a un sistema de cultivo más convencional. Pero es que además los compradores tendrán que comprar en Mercadona o Carrefour y estas cadenas tendrán cada vez un mayor poder de mercado. A los

agricultores los tienen explotados y les pagan por debajo del coste. El Ecomercado es todo eso, no podemos dejarlo caer. Es fundamental que cada vez haya más gente joven porque no podemos ser siempre la gente mayor la que “tire” de este tipo de iniciativas”. Esta afirmación nos hace ver la capacidad del Ecomercado de establecerse como resistencia ante la apropiación rentista del valor que se produce en la cadena de valor, particularmente en el eslabón de distribución. Además, da muestras de los valores éticos que se defienden por parte de los productores de la institución.

La buena marcha de esta iniciativa facilita que la comunidad asociada al Ecomercado aumente su capacidad de captar el valor añadido por la propia actividad productiva que desarrollan en él. A pesar de la creciente adaptación de las grandes cadenas de supermercados a las nuevas tendencias de alimentación, apropiándose rentas de los productores locales, el Ecomercado goza de una excelente notoriedad entre la población granadina y su potencial sigue en aumento, siendo capaces de controlar la gestión de su propia actividad. Cabe señalar que Granada tiene un tejido asociativo muy amplio con numerosos colectivos con capacidad crítica. Esto favorece el éxito de este tipo de iniciativas que, quizás, en ciudades más pequeñas un número más reducido de colectivos críticos no tendrían.

Prueba de la capacidad de supervivencia de la que hablábamos es el incremento de su conocimiento entre la población. De este modo, entre la población universitaria, muy numerosa en esta ciudad (Granada es una ciudad meramente universitaria y la Universidad de Granada es una de las más importantes en número de alumnos), 300 de los 900 universitarios encuestados señalan que conocían el Ecomercado y que lo habían visitado³⁸. A pesar de que el consumidor universitario es eventual, ya que una vez

³⁸ Estos datos provienen de una encuesta exploratoria entre estudiantes universitarios de la Universidad de Granada. En ella, los estudiantes debían responder si conocían el Ecomercado o no. Si responde de manera

finalizados sus estudios universitarios abandonan la ciudad, esta es una buena noticia para el Ecomercado. Antes de abandonar la ciudad es posible que estos estudiantes atraigan a nuevos alumnos universitarios y pueda establecerse un vínculo Ecomercado-Universidad mutuamente beneficioso para ambas. Es muy llamativo que el mayor grado de conocimiento del Ecomercado se sitúa entre los grados universitarios de ciencias agrarias y ciencias de la salud. Entre los primeros existe una gran preocupación por el medioambiente y las nuevas formas de hacer cada vez más sostenible nuestros modos de vida. Entre los segundos, destaca la una preocupación por la alimentación saludable y de productos frescos y de temporada. Esta muestra de conocimiento por parte de la población universitaria granadina favorece el aumento en la capacidad de apropiación de valor (pi). Si el Ecomercado consigue mejorar su comunicación entre la población – los encuestados en el Ecomercado señalan esto como una carencia- es posible que el Ecomercado pueda ser una iniciativa de base local que pueda establecer un contrapeso a las grandes cadenas de distribución. Esto puede permitir frenar la apropiación de las rentas de los productores por parte de estas grandes corporaciones. La mejor comunicación y conocimiento del Ecomercado favorece el aumento de la cantidad de veces que se propagan y replican la capacidad de interpretación por parte de los consumidores de los significados incorporados en la producción material (n) y la velocidad a la que lo hacen (v).

8.2.4. Conclusiones de la aproximación al Ecomercado de Granada.

afirmativa, se les cuestiona si lo habían visitado y cuántas veces. Los datos están separados por titulaciones y sexos, no obteniéndose una diferencia significativa por este último. Como se señala, es una encuesta exploratoria que da muestras de la importancia del Ecomercado en la ciudad, pero no se considera un método.

La experiencia del Ecomercado granadino pone de relieve que los procesos de valorización de los recursos materiales e inmateriales se pueden combinar de tal manera que la mediación que se articula entre productores y consumidores constituya una alternativa a la intermediación comercial protagonizada por la gran distribución moderna, capaz de poder poner freno a la apropiación rentista del valor generado por las grandes trasnacionales. Para ello, es importante que se produzca un entrelazamiento sólido entre las prácticas y los valores puestos en marcha tanto por los productores como por los consumidores. Ese es el papel del Ecomercado que en el contexto granadino actúa como un mediador entre la producción y el consumo, aportando un espacio de conexión e intercambio. Así, se pone en evidencia que en una economía postindustrial la producción incluye al consumo como una fase decisiva de su proceso productivo, consumo y producción no son ámbitos separados, pues los valores y los significados que aportan los consumidores influyen de forma determinante sobre la evolución de la producción material (Toscano, 2007).

En esta sección, se realiza un estudio de caso a través de un marco teórico que permite analizar las dinámicas de desarrollo local en una economía postindustrial. A partir del modelo de creación de valor propuesto en esta tesis doctoral, hemos logrado interpretar la generación de valor en economías locales bajo nuevas claves, siendo capaces de identificar vectores de valorización hasta ahora poco estudiados en este tipo de investigaciones. Nos referimos, especialmente, a la función que juegan los recursos inmateriales comunes que pueden añadir un valor superior a un producto que tradicionalmente no ha tenido tanto valor. Las grandes trasnacionales también intentan apropiarse de estos recursos inmateriales aportando a sus productos algunos de ellos. Así, es común ver como en las grandes cadenas de supermercados utilizan etiquetas como “fabricado según método artesanal” o “producción local”. Aunque es habitual relacionar

la economía postindustrial con el predominio de la concentración empresarial en economías de “gran hermano” (Lanier, 2014), el objetivo es apoyarnos precisamente en su lógica de funcionamiento, basada en la valorización de los recursos inmateriales, para ofrecer alternativas de desarrollo autocentradas en el entorno local. No se trata de utilizar los valores éticos como un atributo más de la actividad económica de las grandes corporaciones, sino incrustar los valores éticos de consumidores y productores en el funcionamiento cotidiano del sistema económico, no de forma voluntarista, sino teniendo en cuenta el despliegue de sus propias leyes estructurales. Se ha considerado el análisis del Ecomercado de Granada desde este punto de vista, como ejemplo de una ética que se funde con la economía y abre nuevas posibilidades de desarrollo en el plano local, abriendo alternativas a la concentración empresarial instalada en los mercados agroalimentarios. A pesar de la proliferación de mercados al aire libre en España, muchos de ellos están sufriendo mucho para poder mantenerse, debido a reglas que no se cumplen o disputas entre miembros (Mauleón, 2011).

Así, a través de una institución de RAA como es el Ecomercado, se gestionan de forma colectiva tanto recursos materiales (la Vega de Granada desde una perspectiva agroecológica) como inmateriales (los valores éticos que los consumidores despliegan cuando consumen alimentos ecológicos y el compromiso ético de los productores por el mantenimiento de sistemas agroalimentarios locales de base agroecológica). Esta combinación gestión colectiva de ambos recursos a través de una RAA puede permitir la reconstrucción de la identidad campo-ciudad (Jarosz, 2008) favoreciendo unas relaciones más armoniosas entre ellas (Winter, 2003). Además, esta incorporación de la gestión de recursos inmateriales puede “enriquecer” los productos ecológicos (Boltanski y Esquerre, 2017) vendidos por el Ecomercado permitiendo una posible salida a la crisis agraria actual en la que los productores de alimentos ecológicos puedan obtener unos rendimientos y

condiciones materiales superiores por su trabajo. Aunque existen figuras que aumentan la protección del agricultor y necesitan de mayor compromiso del consumidor como la ASC (Bos y Owen, 2016) el Ecomercado realiza una labor de conexión que es muy valorada por los participantes.

A pesar de la existencia del consumidor político, puede suceder que el Ecomercado pase de tener una buena cantidad de consumidores a que estos disminuyan mucho y decidan no acudir más. Esto es posible ante la falta de compromiso requerido para asistir y realizar las compras (como, por ejemplo, ser socio del Ecomercado). Ante esta situación puede que los productores de la organización no vendan sus productos produciéndose una situación de caída total de pi. Es una de las debilidades del Ecomercado en contraposición con otros modelos de RAA con mayor requerimiento de compromiso, como por ejemplo la agricultura sostenida por la comunidad.

8.3. Conclusiones del estudio de las RAA como alternativa a los sistemas tradicionales de gobernanza de la alimentación en una economía del conocimiento.

En este capítulo se ha llevado a cabo una aproximación a terreno con el fin de analizar las Redes Alimentarias Alternativas (RAA). Esta red supone una forma de gestión colectiva alternativa de la calidad alimentaria distinto al analizado en el capítulo anterior, las denominaciones de origen. En esta aproximación, la RAA gestiona directamente tanto recursos inmateriales como materiales, favoreciendo la supervivencia de la red.

En la aproximación de estudio, el Ecomercado de Granada, tanto productores como consumidores se unen en una iniciativa en torno a la alimentación saludable, la sostenibilidad y el intercambio de experiencias. Se trata de un mediador cognitivo que actúa como validador y sistematizador. En este caso, el Ecomercado está formado desde

el inicio por ambas partes. Supone una cierta novedad en el estudio de RAA, ya que tradicionalmente son creadas por una de las dos partes (Bidwell et al., 2018; Kessari et al., 2020). Además de la gestión de recursos inmateriales, especialmente, el compromiso ético de los productores y los valores de los consumidores, el Ecomercado también gestiona un recurso material como es la Vega de Granada. Esta zona históricamente resulta de especial importancia en la alimentación de la capital. Ambos tipos de recursos son gestionados de manera colectiva y asamblearia por el Ecomercado. Las decisiones son tomadas tanto por productores como por consumidores, formando parte de la generación de calidad alimentaria en el seno del Ecomercado.

El Ecomercado se financia por las cuotas que, tanto consumidores como productores, pagan. Adquirieren de esta forma la condición de socios. Para acceder a la producción del Ecomercado no es necesario ser socio. Cualquier ciudadano puede comprar alimentos en él, como así sucede en otras RAA (Alberio y Moralli, 2021; Kessari et al., 2020). A pesar de no estar obligados a la pertenencia al Ecomercado como socios, algunas personas (que viven fuera de Granada) preocupadas por la alimentación y los estilos de vida saludables, pueden desear pagar su cuota de socios. Es lo que hemos denominado “consumidor político”. Un consumidor que a pesar de no verse favorecido directamente por el Ecomercado paga por su mantenimiento. El Ecomercado no es simplemente un lugar de compra-venta de productos, es un lugar de comunicación e intercambio experiencial que favorece el acercamiento entre producción y consumo. Regido por un SPG que se establece como una forma alternativa de gestión de la calidad alimentaria generando un sistema de distribución más corto. Es una posible solución para evitar la apropiación rentista del valor que se genera en la cadena de valor de los productos agroalimentarios, especialmente en la etapa de distribución (Bowen, 2011; Alonso González y Macías Vázquez, 2014; Gómez-Limón y Parras, 2017; Vercellone, 2011).

Esta aproximación pone de manifiesto su eminente perspectiva local, de consumo de proximidad y sostenibilidad ambiental. Se trata de una forma de resistencia ante el SAG y en la que todos los miembros pertenecientes a la institución contribuyen a frenar la apropiación rentista del valor que se produce en la cadena alimentaria. Fomenta otra forma de alimentación, más cercana al consumidor haciéndole partícipe de las decisiones. En la que el productor obtiene unas condiciones de vida materiales superiores y dignas. Esta institución está asentada sobre dos pilares fundamentales: valores éticos por parte del consumidor (forma de alimentación más sostenible y con condiciones de trabajo más dignas) como del productor (manejo de la tierra sostenible y agroecológico). Las RAA pueden actuar como mediadores cognitivos validadores y sistematizadores, con el objetivo de gestionar colectivamente esos recursos inmateriales. A través de esta mediación cognitiva puede favorecerse la creación de segmentos en el mercado agroalimentario donde la calidad juegue un papel muy importante en contraposición a sistemas de producción de alimentos más industrializados (Valceschini y Nicolas, 1995). La forma en la que se valida la calidad alimentaria en estos sistemas alimentarios alternativos de gestión colectiva, también es participativa a través de SPG, en la que parte de esa validación parte también del consumidor directamente. Son sistemas de gobernanza más cercanos al consumidor. En este sentido, tras las dificultades de las denominaciones de origen para seguir actuando como un sistema de validación de la calidad, con escasa adaptación a la economía postindustrial, estas nuevas vías para la valorización de productos agroalimentarios están ganando terreno en las sociedades occidentales, especialmente en Europa. Estos nuevos sistemas pueden ser candidatos a poner fin a la apropiación rentista del valor (Wezel et al., 2018; Marsden et al., 2018) y para la crisis de rentas agrarias occidentales (Serres, 2013).

CAPÍTULO 9. RESUMEN, CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN³⁹.

9.1. Resumen

Los estudios sobre el desarrollo sostenible de los territorios y la gestión de recursos naturales han constituido un campo de enorme interés académico en las últimas décadas (Ostrom, 1990; Agrawal, 2014; Ferrando et al., 2021; Gusjoy y Faisal, 2021). Con el desarrollo de una economía postindustrial, en la que la gestión de recursos inmateriales se vuelve cada vez más importante (Pasquinelli, 2008; Lazzarato, 2012), la gestión de recursos materiales es una condición necesaria pero no suficiente para alcanzar el desarrollo sostenible (Fernández-Fernández et al., 2015; Alonso González, 2014; Zepeda et al., 2014). Los recursos inmateriales protagonizan una función más estructural en los procesos de valorización de las actividades productivas, lo que pronostica que la gestión colectiva de los mismos tendrá un impacto positivo en el desarrollo sostenible, junto con la gestión de los recursos materiales locales (Comaroff y Comaroff, 2009; Callon, Méadel y Rabehariosa, 2002).

Para poder analizar la creación de valor en una economía postindustrial, en esta tesis doctoral, se ha optado por dos aproximaciones metodológicas. Para la elaboración del marco teórico se ha realizado el análisis temático de la literatura académica acerca de los bienes comunes, la economía del conocimiento y la gobernanza de los sistemas agroalimentarios. Este análisis temático ha permitido la elaboración de un modelo sintético de análisis de las vías de valorización de los recursos inmateriales. Por otro lado, para el análisis de las figuras de gobernanza se ha optado por el análisis de casos en

³⁹ En el anexo II aparecen el resumen, conclusiones y futuras líneas de investigación traducidas al inglés.

contextos sociales y geográficos diversos como metodología para alcanzar los objetivos planteados.

Ante el desarrollo de una economía postindustrial se hace necesario realizar una propuesta para el análisis de los recursos inmateriales, ya que la generación de valor en una economía de este tipo no se limita a la simple gestión de recursos materiales. Así, tomando como referencia a Rullani (2004a, 2004b) se propone un modelo cualitativo de creación de valor en una economía del conocimiento a partir de tres elementos: la capacidad de interpretación por parte de los consumidores de los significados incorporados en la producción material de alimentos, la cantidad de veces que se propagan y replican estos significados, y la capacidad de apropiación del valor generado entre los distintos actores que participan en su producción y sostenimiento. A estos tres elementos habría que destacar la incorporación de mediadores cognitivos. Una vez construido dicho modelo de generación de valor, se procede al análisis de dos figuras de gobernanza de la calidad alimentaria.

La forma tradicional de gobernanza de la calidad agroalimentaria en las economías occidentales (especialmente en Europa) ha estado marcada por las denominaciones de origen protegidas. En una economía basada en el conocimiento, se han detectado algunos hechos preocupantes que podrían señalar el agotamiento de este instrumento como elemento aglutinador, con capacidad para la puesta en valor de productos agroalimentarios. En esta tesis doctoral, se pone en evidencia la falta de innovación organizativa a nivel colectivo que impide la correcta apropiación del valor por parte de las comunidades locales a través de la implementación de estos sellos de calidad. No se debe olvidar que los sellos de denominaciones de origen han favorecido la mejora en la percepción de los consumidores de la calidad del producto. Esto ha permitido la segmentación del mercado agroalimentario en torno a la calidad, donde los sellos de

denominación de origen han jugado un papel muy importante (Valceschini y Nicolas, 1995; Eymard-Duvernay, 1995). En la actualidad, este sello de calidad (DOP) está perdiendo capacidad para ser un elemento diferenciador de la calidad, principalmente debido a la falta de innovación dentro de ellos. El consumidor tiene una dificultad creciente para distinguir entre tal cantidad de denominaciones, a veces con grandes similitudes de productos. Esta dinámica nos advierte de la posibilidad de que las denominaciones de origen no sean el mejor instrumento para la valorización de productos en una economía postindustrial. La producción y el consumo son actos sociales, que requieren de la generación de significados, valores y sentidos que solamente adquieren valor al ser compartidos. Si los consumidores dejan de entender estos significados o no tienen valor para ellos, la valorización de productos agroalimentarios a través de este instrumento se enfrenta a grandes dificultades. Es cierto que el consumidor valora las denominaciones de origen como sistema validador de calidad, con unos estándares de producción determinados. Pero sucede que, en la actualidad, formas de producción novedosas incorporan grandes dosis de calidad sin necesidad de pertenecer a una denominación de origen protegida.

Al no favorecer la apropiación del valor, los productores han intensificado sus cultivos para poder mantener sus rentas monetarias. Esta situación ha resultado en un deterioro de la calidad alimentaria y medioambiental. La causa de este deterioro se debe al uso e incremento de los productos fitosanitarios y estilos productivos más industrializados. Consecuencia de este incremento en el uso de fitosanitarios, la gestión colectiva de los recursos materiales también se ve amenazada. Las denominaciones de origen protegidas que surgieron en contra de esta industrialización de la alimentación (Valceschini y Nicolas, 1995) están aumentando su capacidad de industrializar todo el proceso productivo.

Las denominaciones de origen, lejos de hacer un esfuerzo por el acercamiento al consumidor, mantienen una estrategia de comercialización obsoleta. A pesar de que algunas de ellas están realizando esfuerzos en la apertura de nuevos mercados, los consumidores locales no consideran los productos generados por estos elementos como alimentos de una mayor calidad y a menudo tienen dificultades para entender las etiquetas (Bureau y Valceschini, 2003). A menudo se perciben alimentos producidos al margen de la DOP como productos con mayor autenticidad y calidad (Boltanski y Chiapello, 2002). Los contextos locales se vuelven cada vez más exigentes con las denominaciones de origen. Mientras, las denominaciones de origen están preocupadas por la generación de mercados de masas en el comercio internacional. Estos mercados internacionales están copados por las grandes transnacionales que se apropian de los significados locales (técnicas, formas de producción, originalidad) y los gestionan de forma más efectiva que las denominaciones de origen. Por si fuera poco, dentro del mercado mayorista (principalmente con ventas a granel) el sello de la DOP pierde todo su valor. Dificulta esta situación la apropiación del valor por parte de las comunidades locales y favorece la apropiación rentista por parte de las grandes transnacionales de la distribución. Una posible vía de resurgimiento sería establecer un mayor interés en la gestión de los recursos inmateriales asociados a la producción material, implementando una estrategia de comercialización más innovadora. Esto permitiría a las DOP establecerse como mediadores cognitivos validadores facilitando su adaptación a una economía postindustrial. El establecimiento de nuevas mediaciones de corte conector (chefs) puede ser una estrategia adecuada.

Tras las dificultades para gestionar colectivamente de forma exitosa los recursos inmateriales, a fin de poder valorizar los productos alimentarios, por parte de las DOP surgen las RAA. Son espacios de consumo de alimentos principalmente ecológicos, de

cercanía y de temporada a través de canales cortos de comercialización (CCC). El éxito de estas redes está en la cercanía de los productores con los consumidores, favoreciendo el intercambio de experiencias y conocimiento. Se establecen de esta manera como mediadores cognitivos, permitiendo una mejor comunicación de los significados asociados a la producción material de alimentos. Los productores, mediante una retórica ética (Boltanski y Chiapello, 2002), venden además de los productos de cercanía una serie de valores como un manejo medioambientalmente sostenible, el respeto a los tiempos de la naturaleza, el mantenimiento de los niveles de vida del productor (Roselli et al., 2018) o la conexión de las ciudades con las zonas rurales (Jarosz, 2008). Fruto del mayor conocimiento de los consumidores de las formas de producción, y de la gestión colectiva de estos recursos inmateriales, estas redes pueden convertirse en un freno a la apropiación rentista del valor que se genera en los contextos locales, favoreciendo así el desarrollo endógeno (Di Masso Tarditti, 2013).

9.2. Conclusiones y futuras líneas de investigación.

En esta sección se presentan las conclusiones alcanzadas con el desarrollo de esta tesis doctoral. Esta sección se ha estructurado en cuatro grandes bloques con el fin de aportar algunas claves y algunas líneas de investigación futuras en cada uno de ellos.

- 1- El primer bloque de conclusiones está dedicado a los nuevos comunes. A pesar de la revisión sistemática de literatura sobre nuevos comunes, este apartado necesita ser actualizado hasta el momento presente.
- 2- El segundo bloque recoge las conclusiones del análisis sobre economía postindustrial y las diferentes esferas sobre las que afecta. La limitación de este análisis reside en la necesidad de aplicar este marco de referencia a otros sectores tales como el trabajo o el desarrollo económico de las sociedades.
- 3- El tercer bloque concluye sobre los sistemas tradicionales de gobernanza agroalimentaria, en particular, las denominaciones de origen. La limitación de este caso reside en la necesidad de incorporar datos sobre la perspectiva del consumidor.
- 4- En el cuarto bloque se presenta con las conclusiones del estudio de Redes Alimentarias Alternativas. La limitación del estudio está en la cantidad de iniciativas analizadas.

Los nuevos comunes y la necesidad de ir más allá de la gestión de recursos materiales.

En esta tesis doctoral se ha realizado un análisis de los estudios relacionados con el común. En este sentido, se ha comprobado que la mayoría de los estudios relacionados con este campo de estudio están basados en la gestión material de recursos naturales. Generalmente en la literatura académica, se ha relacionado desarrollo sostenible con la gestión material mientras que los recursos inmateriales han quedado en un segundo plano. Así, a pesar de la enorme influencia de la obra de Ostrom (1990), es necesario el desarrollo de los estudios sobre nuevos comunes. Ejemplos de estos nuevos objetos de estudio pueden ser las innovaciones surgidas en la ciudad como huertos urbanos o espacios de creación compartida, el patrimonio cultural, el conocimiento o la alimentación. Los nuevos comunes, tienen unas características especiales, ya que son mucho más amplios y de distinta naturaleza entre ellos. Se requiere de un nuevo tratamiento distinto a la metodología IAD propuesta por Ostrom. Este marco de análisis continúa siendo la referencia para muchos autores cuyo objeto de estudio se centra en recursos materiales. Estos nuevos comunes comparten una característica común entre ellos. Son bienes que lejos de consumirse cuando se utilizan, se revalorizan con el uso (Macías Vázquez y Alonso González, 2014; Pasquinelli, 2008; Vercellone, 2008). En esta investigación se ha realizado un análisis del conocimiento y la alimentación como parte de estos nuevos comunes. El conocimiento juega un papel de especial importancia dentro de una sociedad postindustrial. Una sociedad donde la producción mecanizada de productos se sustituye por la producción de conocimiento, las producciones son más heterogéneas, y el carácter inmaterial de la producción se vuelve hegemónico, hecho que rescata la posibilidad de producir sin necesidad de los medios de producción suministrados por el capital (Blondeau, 2004; Cocco y de Oliveira, 2009). Se hace necesario avanzar en las nuevas concepciones del común y aplicar nuevos marcos analíticos a los nuevos objetos de estudio, poniendo un mayor foco sobre los recursos

inmateriales que en la actualidad tienen un mayor peso en la generación de valor de la producción material.

Como línea de trabajo futura, se hace necesario actualizar el estado de la revisión sistemática. Para ello, se hace necesario realizar nuevas búsquedas desde 2020 añadiendo nuevos artículos publicados en el campo de bienes comunes, poniendo el foco en el conocimiento y la alimentación como bienes comunes. Un debate interesante para futuras investigaciones podría ser el análisis en profundidad, mediante el marco establecido por Kuhn y Lakatos, si en el campo de estudio de los bienes comunes ha sufrido una revolución científica. Para este objetivo, es interesante comprobar cómo ha cambiado el marco de referencia de los estudios del común a lo largo de una década, comprobando que el enfoque IAD ha sufrido un gran desgaste. Este marco de análisis resulta crecientemente inadecuado para el análisis de los nuevos comunes.

La incorporación de la gestión de recursos inmateriales en los procesos de creación de valor en una economía basada en el conocimiento.

Como se ha ido argumentando en esta tesis doctoral, la gestión de recursos materiales para el desarrollo es una condición necesaria pero no suficiente. Se hace necesaria la incorporación de la gestión de recursos inmateriales de forma colectiva. La valorización de la producción en una economía basada en el conocimiento depende, por tanto, de ambas esferas: recursos materiales y recursos inmateriales. Dentro de estos recursos inmateriales se encuentra el conocimiento, que genera valor a través de la difusión. Sin esta difusión el conocimiento carece de ninguna utilidad. La creación de conocimiento y la expansión del mismo es una de las principales formas de generación de valor en las

sociedades que han alcanzado un mayor nivel de desarrollo material, principalmente las sociedades occidentales.

En la economía del conocimiento que se ha desarrollado en las últimas décadas es tan importante conocer los procesos de producción materiales que se gestan en la comunidad, como analizar la dimensión inmaterial de los procesos de valorización y el papel que desempeñan cada uno de los actores en dicho proceso. Frente a la concepción neoliberal del territorio, es necesario tomar en consideración los factores que determinan la capacidad territorial de apropiación valor, ya que los territorios no son meras mercancías (Marazzi, 2008; Vercellone, 2008; Lazzarato, 2011). Resulta de especial interés conocer la forma en la que se genera valor en las economías basadas en el conocimiento, pero también conocer las vulnerabilidades que dificulten la apropiación por parte de las comunidades locales del valor generado mediante la producción de mercancías, en especial, los productos agroalimentarios.

En este sentido, se ha propuesto un modelo de generación de valor en una economía postindustrial, siguiendo las aportaciones de Rullani (2004a; 2004b). A partir de tres drivers se puede analizar la forma en la que el valor se crea a través de recursos inmateriales. Los mediadores cognitivos y la inclusión de los valores éticos son variables que pueden favorecer la valorización de los productos agroalimentarios. Este modelo permite analizar las fortalezas y debilidades de los distintos mecanismos de gobernanza agroalimentaria. Con este análisis se señalan nuevas vías de valorización de la producción agrícola en una economía postindustrial.

Como línea de trabajo futura resulta de especial interés analizar esta nueva etapa del capitalismo en diferentes campos. Uno de los más llamativos puede resultar del análisis del trabajo asalariado en el capitalismo cognitivo. Las condiciones laborales y sociales han sido modificadas en su totalidad con su desarrollo. Grandes cantidades de puestos de

trabajo se ven abocados a la desaparición y sustitución por máquinas. Se hace necesario un análisis del mercado laboral desde la perspectiva del capitalismo cognitivo siguiendo los trabajos realizados por Vercellone (2008) y Lazzarato (2007). Resulta igualmente interesante analizar cómo este capitalismo basado en el conocimiento afecta al desarrollo de las sociedades. La pregunta de investigación para este análisis podría girar en torno a la idea de si este capitalismo cognitivo, lejos de favorecer la convergencia entre países, aumenta las desigualdades económicas entre países en la línea de lo aportado por Corsani (2004). Para ello se hace necesario profundizar en mayor medida en el apartado 3.3 de esta tesis doctoral, añadiendo una nueva revisión teórico-documental más amplia.

Las denominaciones de origen y las dificultades para la apropiación del valor generado.

En esta tesis doctoral se han analizado dos denominaciones de origen protegidas (DOP) productoras de aceites de oliva virgen extra, como sistema tradicional de gobernanza de la calidad alimentaria en Europa del Sur. En primer lugar, la denominación de origen “Sierra Mágina”, Jaén (España). La apropiación de valor por parte de los productores en esta DOP es muy escasa. La producción de esta DOP es de muy alta calidad en lo material. Sin embargo, los recursos inmateriales colectivos asociados a esta producción apenas son gestionados. Esta carencia de comunicación de significados y valores hace que la venta directa de los aceites al consumidor final sea muy complicada. Es obligada la venta de la mayor parte de los aceites a las grandes distribuidoras alimentarias a granel. Resultado de la venta a granel a grandes distribuidoras, a un precio inferior al embotellado, se produce una apropiación rentista del valor que generan los significados aportados a la producción material a lo largo de muchos años por la comunidad local. Estas grandes distribuidoras

son grandes conocedoras de los mercados y de la gestión de los recursos inmateriales necesarios para la venta directa. A pesar de los esfuerzos de la DOP y de las entidades locales por la promoción de los aceites, se hace necesario una mayor apuesta por la comunicación y la transmisión de significados de forma colectiva. A este respecto, un candidato para la transmisión de estos significados de forma local puede ser fomentar de forma colectiva el oleoturismo. Lejos de seguir manteniendo unos niveles productivos tan elevados, es necesaria una mayor apuesta por aceites de la mayor calidad, con un mayor prestigio en los mercados internacionales. Son aceites mucho más sencillos de vender en el mercado, a un precio superior, a pesar de un rendimiento de producción menor. El problema en Sierra Mágina no deja de ser la dificultad para colocar el producto en el mercado, en gran medida, consecuencia de la cantidad de litros de aceite producido. Se hace importante asociar el aceite de oliva con valores éticos y saludables, como está intentando hacer la Diputación Provincial. Sin embargo, resulta difícil realizar esta asociación debido a la cultura de la zona, intensiva en fitosanitarios. Un candidato para fomentar los valores éticos y saludables de la producción de la DOP puede ser la elaboración de aceites ecológicos y de elaboración temprana.

En segundo lugar, se analiza la denominación de origen “Terra di Bari”, Apulia, (Italia) donde la situación parece bastante similar a “Sierra Mágina”. Se produce una apropiación rentista del valor por parte de grandes distribuidoras de aceite de oliva, tanto de Apulia como de Toscana. Las grandes distribuidoras de aceites, como de Sanctis, compran el aceite a un precio muy inferior al que posteriormente es vendido en el mercado. En el caso de la DOP Terra di Bari, la mayor parte del aceite producido se vende a través de las grandes distribuidoras, tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Esta venta deja sin la posibilidad de apropiación del valor por parte de los productores locales que ven como el valor de la producción se va a otras zonas geográficas. Como sucede en el caso

de Sierra Mágina, en la zona de producción Terra di Bari existe una alta producción de aceite de oliva. La propagación de significados locales es mucho mayor. Teniendo en cuenta que el consumidor italiano tiene una mayor preferencia por el aceite producido en su territorio, estos aceites poseen una gran notoriedad en el contexto local (Bureau y Valceschini, 2003). A pesar de esto, la denominación de origen no es un elemento diferenciador que goce de especial importancia y reputación para los productores. En el caso de Terra di Bari, el productor paga por etiqueta, causando una desincentivación a la certificación de aceites. Esto se deriva de la escasa importancia que el consumidor da al sello DOP. Adquiere una mayor importancia la marca del distribuidor comercial o el conocimiento del contexto específico de producción, ya que muchos de los aceites vendidos en Bari provienen de almazaras con gran reputación. Esto hace que el productor se haya decidido por el abandono de la producción bajo la DOP y producir de acuerdo a sus propias reglas. De esta manera no hacen frente al precio del sello, disminuyendo costes. Esta situación favorece que el productor italiano pueda experimentar con nuevas técnicas de extracción de aceites (como se ha mencionado en el capítulo 7, por ejemplo, con ultrasonidos) que favorecen la mayor calidad de aceites en relación con los producidos bajo las técnicas tradicionales.

Los dos casos analizados ponen de manifiesto las grandes dificultades que se enfrentan las DOP como mecanismo de gobernanza de recursos inmateriales en la situación actual. Estas dificultades para la gestión de recursos inmateriales están llevando a los productores locales a una situación de crisis de rentas que difícilmente se puede resolver con instrumentos antiguos, como el simple manejo de los recursos materiales o la apertura de nuevos mercados con significados antiguos.

En ambos casos, se ha detectado que a pesar de que las denominaciones de origen han detectado esa profunda crisis, los cambios producidos en el sistema de comercialización

y distribución de aceite de oliva se producen de forma lenta. A pesar de que se valora como de especial importancia el acercamiento al consumidor, lo cierto es que en ambas denominaciones no se está cumpliendo tal misión. Esto dificulta la mediación entre la producción y el consumo, dificultando la propagación de significados asociados a la producción material. Esto es causa de la escasa adaptación, en este momento, de las denominaciones de origen a una economía postindustrial. Un posible encuadre de las mismas puede ser actuar como mediador cognitivo de tipo validador, estableciendo conexiones de corte conector y sistematizador con otros agentes locales. Permitiría esto una mayor difusión y una recontextualización de los significados locales. Se hace necesario conectar valores éticos y saludables a la producción material. La consecuencia más directa de esta situación es la dificultad para la apropiación de valor y una grave crisis de rentas agrarias.

Como línea de trabajo futura se hace necesario incorporar a los estudios sobre economía agroalimentaria la gestión de los recursos inmateriales teniendo en cuenta los recursos materiales. Se deben, por tanto, enfocar los problemas de desarrollo local partiendo de rasgos estructurales a nivel macroeconómico. Se deben buscar alternativas a las economías del “gran hermano” (Lanier, 2014), y autocentradas a nivel local. Se debería evitar el uso de los valores éticos como un atributo más de una actividad económica o como un elemento de marketing. Por el contrario, se deben incrustar los valores éticos en el consumidor incorporándolo a las propias leyes de la producción y el consumo de productos agroalimentarios fomentando los canales cortos y el consumo de cercanía compatibles con el desarrollo sostenible local. Se hace necesario aumentar la cantidad de trabajo de campo para el análisis de las denominaciones de origen, en especial desde el lado del consumidor. A pesar de que es una línea de trabajo que escapa al objetivo de esta

tesis doctoral, sería interesante recopilar información sobre cómo es el comportamiento del consumidor respecto a las denominaciones de origen y su valoración de las mismas. El comportamiento del consumidor y su disposición a pagar por etiquetas de calidad es un campo de estudio académico muy prolífico a nivel internacional. Se hace necesario ampliar el campo de estudio de estas figuras a lo largo del continente europeo. Como se señala en esta tesis doctoral, la figura de gobernanza DOP es un elemento de protección meramente mediterránea (España, Italia y Francia). Es interesante hacer un estudio de la implementación, cada vez mayor, de estas figuras en los países nórdicos, Reino Unido y los de la antigua URSS. Esto permitiría ver la distinta adaptación a una economía postindustrial de esta figura y cómo le afecta el ámbito territorial. El análisis en distintas realidades puede ser realmente enriquecedor.

Por otro lado, ante los cambios en la Política Agraria Comunitaria (PAC), resulta de interés analizar cómo estos cambios pueden afectar a los mecanismos de gobernanza de gestión agroalimentaria. Debido a la situación europea, los países como España o Italia verán reducidas sus ayudas a la agricultura en los próximos años. Será interesante analizar como esta situación puede cambiar la forma en la que se lleva a cabo la agricultura en estos países, en especial mediante el mecanismo de denominaciones de origen. Quizás el mecanismo de la agricultura autogestionada de base agroecológica, que gestionan de forma colectiva recursos inmateriales, pueda ser una posible vía de expansión de la agricultura comunitaria ante los cambios que se avecinan en la PAC. Por tanto, resulta interesante realizar un seguimiento de denominaciones de origen una vez aplicados los cambios en la PAC para conocer sus efectos y las posibles modificaciones que resulten de ella en el ámbito productivo.

Las redes alimentarias alternativas como instrumento de gestión colectiva de recursos inmateriales.

En las sociedades occidentales, con epicentro en Europa, están proliferando estas formas de gestión colectiva que combinan el manejo tanto de recursos materiales como inmateriales. En esta tesis doctoral se ha analizado una iniciativa de RAA. En particular, se ha tomado como referencia un MPA. Esta figura específica de RAA es la más prolífica en el territorio europeo y puede expandirse cada vez a más territorios, siendo común también en amplias zonas de América Latina.

En esta tesis doctoral, se ha analizado el Ecomercado de Granada, en Granada (España). Un espacio de gestión colectiva de recursos materiales (la Vega de Granada) y recursos inmateriales. En esta iniciativa, nace de la unión bajo la misma institución de productores de alimentos ecológicos y los consumidores interesados en productos de calidad y cercanía. Ambos, tanto productores como consumidores, forman parte organización al mismo nivel, pagando cuotas para el mantenimiento del mismo. El Ecomercado se basa en un gran compromiso ético de los consumidores y de los productores. En este caso, la mediación cognitiva se produce tanto en el acto de compra (el consumidor en contacto directo con el productor puede pedir información de primera mano y resolver sus dudas) como en los distintos cursos de formación que se realizan durante la celebración. Favorece el acercamiento de los consumidores y productores mejorando la difusión de conocimiento cuyo peso resulta muy importante en el día a día de la institución. Sin embargo, los consumidores pueden adquirir productos sin pertenecer al Ecomercado como socios, a pesar de que la mayoría de los asistentes terminan afiliándose. Es consecuencia del alto grado de compromiso por parte del consumidor que participa en esta iniciativa. El mantenimiento del recurso material se lleva a cabo desde la gestión

colectiva de los recursos inmateriales, como el compromiso de los productores en un manejo de la tierra medioambientalmente sostenible. El Ecomercado goza de buena salud, tanto es así que los granadinos crecientemente solicitan una mayor periodicidad en su celebración.

El caso de RAA analizado actúa como mediador cognitivo validador que conecta la producción y el consumo, favoreciendo el conocimiento del consumidor sobre los productos que adquiere. Además de ese conocimiento, los productores también comparten con los consumidores experiencias y consejos, haciendo que se produzca un espacio de intercambio cultural y simbólico (Hassanein, 2003). Esta forma de consumo se adapta de una forma más efectiva a la economía postindustrial. La causa es que los significados inmateriales asociados a la producción material de alimentos se difunden mejor desde una esfera local (Friedman y McNair, 2008). El conocimiento asociado a prácticas locales de autenticidad (Boltanski y Esquerre, 2017) se difunden de una forma más veloz y eficaz mediante las continuas mediaciones y acercamientos del consumidor al productor de alimentos (Rullani, 2004b), hecho que puede favorecer un consumo informado por parte del consumidor. Este conocimiento, por parte del consumidor, de los procesos llevados a cabo por parte del productor en la elaboración de los alimentos puede beneficiar una mayor predisposición a pagar un precio superior (Salazar-Ordóñez, 2021; Roselli et al., 2018) por los productos agroalimentarios. Por tanto, resulta de especial importancia la gestión de los recursos inmateriales asociados a la producción material de alimentos. Uno de los aspectos importantes a desarrollar por parte de estas RAA es la gestión de los valores éticos asociados a la producción material. Los valores éticos están más desarrollados en la producción ecológica, ya que esta producción está asociada a unos niveles más altos de calidad y salud. Esta situación puede resultar una posible

solución para la crisis de rentas a la que se enfrentan los agricultores occidentales, en especial, los europeos.

En cuanto a futuras líneas de investigación que resultan de especial interés se hace necesario un seguimiento de las RAA como mecanismo de superación de la crisis de rentas agrarias a nivel europeo. En especial, tras las modificaciones llevadas a cabo en la PAC.

Es importante señalar que, ante esta situación europea, es posible que el fenómeno de sufrimiento de las denominaciones de origen puede acelerarse. Uno de los aspectos que ha modificado los patrones de consumo de alimentos en los últimos dos años ha sido la pandemia del COVID-19. Se ha observado, a lo largo de las distintas aproximaciones de esta tesis doctoral a terreno, que los consumidores demandan crecientemente alimentos de cercanía y de una calidad superior. Esto es fruto de la preocupación por la salud. Con la reconexión de la ciudadanía con el medio rural que tuvo lugar durante los meses del confinamiento, es necesario analizar cómo las RAA pueden convertirse en un canalizador del deseo de los consumidores de estar más cerca de los procesos productivos. Resulta de especial interés, además, analizar más experiencias de RAA en otros contextos geográficos diferentes, como los países nórdicos o Reino Unido. Este deseo, que ya se venía produciendo con el desarrollo del capitalismo cognitivo analizado en esta tesis doctoral, se ha visto acelerado a causa de los efectos de la pandemia. La literatura académica coincide en que durante los últimos dos años el comercio on line ha aumentado (García-Madurga et al., 2021) y resulta de interés ver cómo el agricultor adapta sus procesos de venta a esta nueva situación y su conexión con el capitalismo cognitivo. Se hace necesario, además, realizar un seguimiento de las motivaciones del consumidor para participar en RAA y resulta especialmente importante realizar un mayor trabajo de campo

en algunas de las RAA. El objetivo de este nuevo trabajo de campo es analizar nuevas dinámicas surgidas durante la pandemia y algunos aspectos señalados durante esta tesis doctoral que requieren de una mayor profundización para conocer en su totalidad estos fenómenos. Especial interés reside en las motivaciones de los agricultores y consumidores en participar en RAA, un mayor conocimiento del consumidor y procesos de observación participante más duraderos y estables.

Cabe destacar que se han realizado aproximaciones exploratorias en otras dos RAA. Una cooperativa agroecológica como un caso de ASC y un mercado de productos ecológicos con cocina. Son distintas iniciativas con diferentes grados de compromiso por parte de los productores y consumidores. Estas aproximaciones no han sido incluidas en esta tesis doctoral debido a que no se encuentran en una fase suficientemente madura para ser presentadas en esta monografía. Por tanto, se hace necesario seguir con el trabajo de campo iniciado en estas instituciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Adams, D. C., y Salois, M. J. (2010). Local versus organic: A turn in consumer preferences and willingness-to-pay. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(4), 331–341. <https://doi.org/10.1017/s1742170510000219>
- Adams, W. C. (2015). *Conducting semi-structured interviews*. Handbook of practical program evaluation, 4, 492-505.
- Adua, M. (2010). The DOP and IGP [olive] oil sector still growing. *Informatore Agrario*, 66(12), 26-29.
- Agrawal, A. (2014). Studying the commons, governing common-pool resource outcomes: Some concluding thoughts. *Environmental Science & Policy*, 36, 86–91. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2013.08.012>
- Aguilar Criado, E., Amaya Corchuelo, S., y López Moreno, I. (2016). Alimentos con calidad. Nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores. *Arxiu d'Etnografia de Catalunya*, 16, 137. <https://doi.org/10.17345/aec2016137-152>
- Ajates, R. (2020). An integrated conceptual framework for the study of agricultural cooperatives: from repolitisation to cooperative sustainability. *Journal of Rural Studies*, 78, 467–479. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.019>
- Alberio, M., y Moralli, M. (2021). Social innovation in alternative food networks. The role of co-producers in Campi Aperti. *Journal of Rural Studies*, 82, 447–457. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.10.007>
- Alonso Gonzalez, P. (2013). From a Given to a Construct. *Cultural Studies*, 28(3), 359–390. <https://doi.org/10.1080/09502386.2013.789067>
- Alonso González, P., Macías Vázquez, A., y Fernández Fernández, J. (2016). Governance Structures for the Heritage Commons: La Ponte-Ecomuséu-Ecomuseum of Santo Adriano, Spain. *Collision or Collaboration*, 153–170. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44515-1_11
- Alonso González, P., y Macías Vázquez, A. (2014). Neoliberalismo corporativo y clientelismo en España: Etnografía de la financiación europea del desarrollo rural

- a través de un proyecto fallido. (2014). *AIBR, Revista de Antropología Iberoamericana*, 9(3), 229–255. <https://doi.org/10.11156/aibr.090302>
- Alonso González, P., y Parga-Dans, E. (2018). Organic labeling controversies: a means to an end within global value chains. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 35(2), 109–114. <https://doi.org/10.1017/s1742170518000455>
- Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J., y Ibáñez Rojo, R. (2014). Crisis y nuevos patrones de consumo: discursos sociales acerca del consumo ecológico en el ámbito de las grandes ciudades españolas. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, 0(29), 13. <https://doi.org/10.5944/empiria.29.2014.12939>
- Anderson, C. R., Brushett, L., Gray, T. W., y Renting, H. (2014). Working together to build cooperative food systems [Editorial]. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 4(3), 3–9. <http://dx.doi.org/10.5304/jafscd.2014.043.017>
- Argüelles, L., Anguelovski, I., y Sekulova, F. (2018). How to survive: Artificial quality food schemes and new forms of rule for farmers in direct marketing strategies. *Journal of Rural Studies*, 62, 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.06.005>
- Arredondo Garrido, D. (2021). Espacios en tránsito. Revitalización del paisaje cultural de la Vega de Granada. *Estoa. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca*, 10 (19), 236–255. <https://doi.org/10.18537/est.v010.n019.a13>
- Aubry, C., y Kebir, L. (2013). Shortening food supply chains: A means for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan area of Paris. *Food Policy*, 41, 85–93. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2013.04.006>
- Ávila Sánchez, H. (2001). Ideas y planteamientos teóricos sobre los territorios periurbanos: Las relaciones campo-ciudad en algunos países de Europa y América. *Investigaciones geográficas*, (45), 108-127.
- Bäckman, A. (2011). *The nordic electricity system as a common-pool resource*. Uppsala university. Recuperado de: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-158086>

- Banco Mundial (2003). *Aprendizaje permanente en la economía global del conocimiento: Desafíos para los países en desarrollo*. Recuperado de <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/346561468281387271/pdf/260010Spanish.pdf>
- Barlow, M. (2004). *Oro azul: las multinacionales y el robo organizado de agua en el mundo*. Barcelona: Paidós.
- Barnes, P. (2006). *Capitalism 3.0: a guide to reclaiming the commons*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Barnett, C., Cloke, P., Clarke, N., y Malpass, A. (2005). Consuming Ethics: Articulating the Subjects and Spaces of Ethical Consumption. *Antipode*, 37(1), 23–45. <https://doi.org/10.1111/j.0066-4812.2005.00472.x>
- Barrera Algarín, E., Sarasola Sánchez Serrano, J. L., y Malagón Siria, J. C. (2017). Resurgimiento comunitario ante la nueva realidad socioeconómica. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 124, 9–31. <https://doi.org/10.5209/reve.56131>
- Becerra Benítez, F. (2012). Los niveles de renta en las regiones mediterráneas. *eXtoikos*, (8), 111-114.
- Bell, D. (1973). *The Coming of the Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Harper.
- Belletti, G., Marescotti, A., y Brazzini, A. (2017). Old World Case Study: The Role of Protected Geographical Indications to Foster Rural Development Dynamics: The Case of Sorana Bean PGI. *Ius Gentium: Comparative Perspectives on Law and Justice*, 253–276. https://doi.org/10.1007/978-3-319-53073-4_10
- Belletti, G., y Marescotti, A. (2020). Short Food Supply Chains for Promoting Local Food on Local Markets. *United Nations Industrial Development Organization*. Disponible online: <https://suster.org/wp-content/uploads/2020/06/SHORT-FOOD-SUPPLY-CHAINS.pdf>
- Bendini, M., y Steimbregger, N. (2003). *Territorios y organización social de la agricultura*. Buenos Aires: La Colmena.
- Benkler, Y. (2003). The political economy of commons. *Upgrade—the European Journal for the Informatics Professional*, 4(3): 6–9. <http://www.upgrade-cepis.org>

- Bennett, E. A. (2017). Who Governs Socially-Oriented Voluntary Sustainability Standards? Not the Producers of Certified Products. *World Development*, 91, 53–69. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.10.010>
- Berlinguer, M., Martínez, R., Fuster Morell, M., y Subirats, J. (2013). Més enllà dels diners : noves formes de produir i col·laborar. *Quaderns del CAC*, 16(39), 49-56.
- Bertini, M., Wathieu, L., y Iyengar, S. S. (2012). The Discriminating Consumer: Product Proliferation and Willingness to Pay for Quality. *Journal of Marketing Research*, 49(1), 39–49. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0028>
- Bidwell, S., Murray, W. E., y Overton, J. (2018a). Ethical agro-food networks in global peripheries, Part I: The rise and recommodification of fair trade and organics. *Geography Compass*, 12(4), e12366. <https://doi.org/10.1111/gec3.12366>
- Bidwell, S., Murray, W. E., & Overton, J. (2018b). Ethical agro-food networks in global peripheries, Part II: Re-placing commodity dependence. *Geography Compass*, 12(4), e12365. <https://doi.org/10.1111/gec3.12365>
- Birch, K., Levidow, L., y Papaioannou, T. (2010). Sustainable Capital? The Neoliberalization of Nature and Knowledge in the European “Knowledge-based Bio-economy”. *Sustainability*, 2(9), 2898–2918. <https://doi.org/10.3390/su2092898>
- Blondeau, O. (2004). Génesis y subversión del capitalismo Informacional. En: O. Blondeau, N. Whiteford, A. Kyrou, A. Corsani, E. Rullani, Y. Moulier Boutang, y M. Lazzarato (eds.) *Capitalismo cognitivo: propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Bloor, M. (1997). Techniques of Validation in Qualitative Research: a Critical Commentary. *Context and Method in Qualitative Research*, 38–50. <https://doi.org/10.4135/9781849208758.n3>
- Bollier, D. (2008). Los bienes comunes: un sector soslayado de la creación de riqueza. En S. Helfrich (comp.). *Genes, bytes y emisiones: bienes comunes y ciudadanía*. México: Ediciones Böll. 30-41.
- Bollier, D., y Helfrich, S. (2012). *The Wealth of the Commons. A world beyond the market and the state*. Massachusetts: The Commons Strategic Group.
- Bollig, M. (2016). Towards an Arid Eden? Boundary making, governance and benefit sharing and the political ecology of the “new commons” of Kunene Region,

- Northern Namibia. *International Journal of the Commons*, 10(2), 771.
<https://doi.org/10.18352/ijc.702>
- Boltanski, L., y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid : Akal,
- Boltanski, L., y Esquerre, A. (2017). *Enrichissement : Une critique de la marchandise*. Paris: Gallimard collection ‘NRF Essais’.
- Bos, E., y Owen, L. (2016). Virtual reconnection: The online spaces of alternative food networks in England. *Journal of Rural Studies*, 45, 1–14.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.02.016>
- Bowen, S. (2011). The Importance of Place: Re-territorialising Embeddedness. *Sociologia Ruralis*, 51(4), 325–348. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2011.00543.x>
- Bowen, S., y Gaytán, M. (2012). The Paradox of Protection. *Social Problems*, 59(1), 70–93. <https://doi.org/10.1525/sp.2012.59.1.70>
- Bowen, S., y Hamrick, D. (2014). Defining Mexico’s Spirit. *Gastronomica*, 14(4), 26–33. <https://doi.org/10.1525/gfc.2014.14.4.26>
- Bradley, K., y Pargman, D. (2017). The sharing economy as the commons of the 21st century. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10(2), 231–247.
<https://doi.org/10.1093/cjres/rsx001>
- Brandsen, T., y Helderma, J. K. (2012). The Trade-Off Between Capital and Community: The Conditions for Successful Co-production in Housing. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), 1139–1155. <https://doi.org/10.1007/s11266-012-9310-0>
- Braudel, F. (1982). *Civilization and Capitalism, 15th-18th Century: The wheels of commerce*. Los Angeles: University of California Press.
- Braun, V., y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cabrerizo Sanz, C., Klett, A., y García Bachiller, P. (2015). De alianzas anómalas a nuevos paisajes políticos. Madrid, Lavapiés y otras geografías de lo común. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*. 5(2), 163-178. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10835/3809>

- Callén, B., Domènech, M., López, D., Rodríguez Giralt, I., Sánchez-Criado, T., y Tirado Serrano, F. J. (2011). Diasporas and transitions in Actor-Network Theory. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 11(1), 3. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v11n1.852>
- Callon, M. (1986). Some elements of a sociology of translation: Domestication of the scallops and the fishermen of St. Briec Bay. En Law, J. (ed.). *Power, action and belief: A new sociology of knowledge?*, 196-233. *Sociological Review Monograph*, no. 32. London, Boston, and Henley: Routledge & Kegan Paul.
- Callon, M. (1999). Actor-network theory—the market test. *The sociological review*, 47(1_suppl), 181-195. <https://doi.org/10.1111%2Fj.1467-954X.1999.tb03488.x>
- Callon, M., Méadel, C., y Rabeharisoa, V. (2002). The economy of qualities. *Economy and Society*, 31(2), 194–217. <https://doi.org/10.1080/03085140220123126>
- Calvo-Dopico, D. (2015). Implantación de la trazabilidad y su relación con la calidad: marco conceptual y retos estratégicos. Aplicación al sector pesquero. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 15(1), 79–98. <https://doi.org/10.7201/earn.2015.01.05>
- Cambra Fierro, J., y Villafuerte Marín, A. (2009). Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas: justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España. *Mediterráneo económico*, 15.
- Campbell Collaboration. (2017). *Campbell systematic reviews: Policies and guidelines*. The Campbell Collaboration. <https://doi.org/10.4073/cpg.2016.1>
- Campbell, L. K., y Wiesen, A. (Eds.). (2009). *Restorative commons: creating health and well-being through urban landscapes* (Vol. 39). USDA Forest Service.
- Castells, M. (2000). Toward a sociology of the network society. *Contemporary sociology*, 29(5), 693-699. <http://dx.doi.org/10.2307/2655234>
- Ceballos, M. M. (2004). *Manual para el desarrollo del mapeo de actores claves –MAC*. GITEC-SERCITEC
- Cejudo, E., y Castillo, J. (2010). La Vega de Granada. La construcción patrimonial de un espacio agrario. Los Regadíos Históricos Españoles. En: Hermsilla, J. (ed.). *Paisajes Culturales, Paisajes Sostenibles*, 243-284. Madrid: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

- Cerrillo i Martínez, A. (2005). La gobernanza hoy: introducción. En: Cerrillo i Martínez (ed.) *La gobernanza hoy*, 10, 1(pp. 1-35). Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública – Ministerio de Administraciones Públicas.
- Chaparro-Africano, A. M., y Naranjo, S. E. (2020). Participatory system of guarantees – PSG of the Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región RMABR. A contribution to the sustainability of agroecological producers and markets. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 18(6), 456–472. <https://doi.org/10.1080/14735903.2020.1793614>
- Chen, Y. S. (2009). The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Cherubini, G. (2012). La lunga storia degli oliveti= The Long History of Olive Groves. En: P. Nanni (ed.), *Olivi di Toscana*, 11-34. Firenze: Polistampa.
- Chiffolleau, Y. (2019). *Les circuits courts alimentaires. Entre marché et innovation sociale*. Toulouse: Erès.
- Chiffolleau, Y., y Touzard, J. M. (2014). Understanding local agri-food systems through advice network analysis. *Agriculture and Human Values*, 31(1), 19-32. <https://doi.org/10.1007/s10460-013-9446-6>
- Cloke, P. (2006). Conceptualizing rurality. En: P. Cloke, T. Mardsen y P. Mooney (eds.) *Handbook of rural studies*, 18, 18-28.
- Cocco, G., y Vilarim, G. D. O. (2009). Trabalho imaterial e produção de software no capitalismo cognitivo | Immaterial labour and software production in cognitive capitalism. *Liinc em Revista*, 5(2). <https://doi.org/10.18617/liinc.v5i2.315>
- Colding, J., Barthel, S., Bendt, P., Snep, R., van der Knaap, W., y Ernstson, H. (2013). Urban green commons: Insights on urban common property systems. *Global Environmental Change*, 23(5), 1039–1051. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.05.006>
- Comaroff, J. L., y Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, inc*. Chicago: University of Chicago Press.
- Comber, A., Fisher, P., y Wadsworth, R. (2003). Actor–network theory: a suitable framework to understand how land cover mapping projects develop? *Land Use Policy*, 20(4), 299-309. [https://doi.org/10.1016/S0264-8377\(03\)00048-6](https://doi.org/10.1016/S0264-8377(03)00048-6)

- Cominelli, F. (2011). Governance of cultural commons: The case of traditional craftsmanship in France. *Paper presented at the IASC 2011 - Sustaining Commons: Sustaining our Future*. Recuperado de: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00645244>
- Comisión Europea. (2022). *Regímenes de calidad*. 27 de febrero de 2022, de Comisión Europea Sitio web: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_es
- Confagricoltura Puglia (2016). L'olivicultura pugliese: criticità e sviluppo. Recuperado de: <https://confagricolturapuglia.com/>
- Contò, F. (2005). *Economia e organizzazione delle filiere agroalimentari*. Milano: Franco Angeli.
- Coq-Huelva, D., Sanz-Cañada, J., y Sánchez-Escobar, F. (2014). Conventions, commodity chains and local food systems: Olive oil production in “Sierra De Segura” (Spain). *Geoforum*, 56, 6–16. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2014.06.001>
- Correa, H., Blanco-Wells, G., Barrena, J., y Tacón, A. (2018). Self-organizing processes in urban green commons. The case of the Angachilla wetland, Valdivia-Chile. *International Journal of the Commons*, 12(1), 573–595. <https://doi.org/10.18352/ijc.856>
- Corsani, A. (2004). Hacia una renovación de la economía política. Antiguas categorías e innovación tecnológica. En: O. Blondeau, N. Whiteford, A. Kyrou, A. Corsani, E. Rullani, Y. Moulier Boutang, y M. Lazzarato (eds.) *Capitalismo cognitivo: propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños
- Cuéllar-Padilla, M., y Ganuza-Fernandez, E. (2018). We don't want to be officially certified! Reasons and implications of the participatory guarantee systems. *Sustainability*, 10(4), 1142. <https://doi.org/10.3390/su10041142>
- Curtis, A., Ross, H., Marshall, G. R., Baldwin, C., Cavaye, J., Freeman, C., Carr, A., y Syme, G. J. (2014). The great experiment with devolved NRM governance: lessons from community engagement in Australia and New Zealand since the 1980s. *Australasian Journal of Environmental Management*, 21(2), 175–199. <https://doi.org/10.1080/14486563.2014.935747>

- D'Auria, A., Marano-Marcolini, C., Čehić, A., y Tregua, M. (2020). Oleotourism: A comparison of three Mediterranean countries. *Sustainability*, 12(21), 8995. <https://doi.org/10.3390/su12218995>
- David, P. A., y Foray, D. (2002). Fundamentos economicos de la sociedad del conocimiento. *Comercio exterior*, 52 (6), 472-490. http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1141/1141_u5_act3.pdf
- De Angelis, M. (2003). Reflections on alternatives, commons and communities or building new world from the bottom up. *The Commoner*, 6, 1-14. https://files.libcom.org/files/1_deangelis06.pdf
- De Bernardi, P., Bertello, A., Venuti, F., y Foscolo, E. (2020). How to avoid the tragedy of alternative food networks (AFNs)? The impact of social capital and transparency on AFN performance. *British Food Journal*, 122(7), 2171–2186. <https://doi.org/10.1108/bfj-07-2019-0537>
- De la Calle Robles, L. (2002). *Denominaciones de origen y protección económica* (No. 1102-2016-90819, pp. 27-48). Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
- De la Cruz Abarca, C., y Calle, A. (2015). El ecomercado de Granada: Organizaciones, productores y consumidores construyendo un proceso agroecológico. *Agroecology Journal Leisa*, 31 (2), 7–10. <https://leisa-al.org/web/index.php/volumen-31-numero-2/1186-el-ecomercado-de-granada-organizaciones-productores-y-consumidores-construyendo-un-proceso-agroecologico>
- De la Cruz, C., Haro, I., y Molero, J. (2016). Los mercados hoy: Una aproximación desde la agroecología. *Fertilidad de la tierra: Revista de agricultura ecológica*, 66, 56–60.
- De Landa, M. (1996). “Markets, Antimarkets, and Network Economics.” En : S. Aronowitz, M. Menser, y B. Martinsons (eds.), *Technoscience and Cyberculture*, 180–95. London: Routledge.
- De Moor, T. (2011). From common pastures to global commons: a historical perspective on interdisciplinary approaches to commons. *Natures Sciences Sociétés*, 19(4), 422-431. Recuperado de: <https://www.cairn.info/revue-natures-sciences-societes-2011-4-page-422.htm>

- De Moor, T. (2015). *The dilemma of the commoners: Understanding the use of common-pool resources in long-term perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De Pablo Valenciano, J., García Azcárate, T., Giacinti, M. A. y Giacinti, N. S. (2016). Competitividad internacional del aceite oliva virgen. *Revista de fruticultura*. 1, 52–80.
- Del Viso, N., Fernández Casadevante, J. L., y Morán, N. (2017). Cultivando relaciones sociales. lo común y lo “comunitario” a través de la experiencia de dos huertos urbanos de Madrid. *Revista de Antropología Social*, 26(2), 473-481. <https://doi.org/10.5209/RASO.57614>
- Delgado Cabeza, M. (2021). El sistema agroalimentario globalizado: imperios alimentarios y degradación social y ecológica. *Revista De Economía Crítica*, 2(10), 32–61. Recuperado a partir de <https://www.revistaeconomicacritica.org/index.php/rec/article/view/474>
- Dewsbury, J. D. (2003). Witnessing space: Knowledge without contemplation. *Environment and Planning A*, 35(11), 1907–1932. <https://doi.org/10.1068%2Fa3582>
- Di Iacovo, F. (2011). Agricultura sociale: la produzione innovativa di salute. En: F. Cirulli, A. Berry, M. Borgi, N. Francia y E. Alleva (eds.), *L'agricoltura sociale come opportunità di sviluppo rurale sostenibile: prospettive di applicazione nel campo della salute mentale*, 11, 12-24.
- Di Masso Tarditti, M. (2013). *Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria: posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante*. Universitat Autònoma de Barcelona. <http://hdl.handle.net/10803/107853>
- Díaz, B. G. (2017). Relación entre sanidad vegetal y calidad del aceite de oliva: la experiencia de la DO Sierra Mágina. *Phytoma España: La revista profesional de sanidad vegetal*, (293), 147-150. https://www.phytoma.com/images/pdf/2017/293_noviembre17_encuentro_olivo_sierra_magina.pdf
- Doernberg, A., Zasada, I., Bruszezwska, K., Skoczowski, B., y Piorr, A. (2016). Potentials and limitations of regional organic food supply: A qualitative analysis of two food

- chain types in the Berlin metropolitan region. *Sustainability*, 8(11), 1125. <https://doi.org/10.3390/su8111125>
- Donnelly, P. (2014). Buen vivir [sumak kawsay]: Notes on the consideration of sport as a cultural commons. *Movimento Revista de educação física da UFRGS*, 20, 211-226. <https://doi.org/10.22456/1982-8918.53071>
- DOP Collina di Brindisi (2021). *Consorzio di la DOP Collina di Brindisi*. Disponible en: <http://www.oliiodopcollinadibrindisi.it/>
- DOP Terra di Bari (2021). *Terra di Bari Olio D.O.P.* Disponible en: <https://www.dopitalianfood.com/it/marchi-dop-italian-food/olio-dop-igp/item/437-terra-di-bari-olio-d-o-p.html>
- Dunning, J. H. (2000). *Regions, globalization, and the knowledge-based economy*. Oxford: Oxford University Press
- Ecologistas en Acción (2014). *La calidad del aire en el estado español durante 2013*. Recuperado de: https://spip.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf/informe_calidad_aire_2013.pdf
- Ecologistas en Acción. (2017). *Rebeldías en común: Sobre comunales, nuevos comunes y economías cooperativas*. Madrid: Comunitaria.
- Eizaguirre, M., y Zabala, N. (2006). Investigación-acción participativa (IAP). Recuperado de: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/132> elaborado en el marco de la consultoría técnica GITEC-SERCITEC.
- Epstein, G., Pérez, I., Schoon, M., y Meek, C. L. (2014). Governing the invisible commons: Ozone regulation and the Montreal protocol. *International Journal of the Commons*, 8(2), 337-360. <http://doi.org/10.18352/ijc.407>
- Eymard-Duvernay, F. (1995). La négociation de la qualité. En F. Nicolas y E. Valceschini, *Agroalimentaire : une économie de la qualité*. 39-51. Paris: INRA-Economica.
- Fadón, B. y López García, D. (2012). *Como vender directamente nuestras producciones ecológicas. Canales alternativos para la comercialización de los alimentos ecológicos en mercados locales*. Zarza de Granadilla: CEDER Cáparra.
- Farinós Dasí, J. (2005). Nuevas formas de gobernanza para el desarrollo sostenible del espacio relacional. *Ería*, 67, 219-235. <https://doi.org/10.17811/er.0.2005.219-235>

- Farinós Dasí, J. (2008). Gobernanza territorial para el desarrollo sostenible: estado de la cuestión y agenda. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (46). <https://www.bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/668>.
- Farinós Dasí, J. (2017). La gobernanza como elemento de transformación territorial ambiental y urbana. ¿Gobernanza territorial sin territorio? En: A. Serrano (ed.): *Ordenación del Territorio, urbanismo y medio ambiente en un mundo en cambio*, pp. 213-245. Valencia: Universidad de Valencia.
- Federdop. (2012). *Monitoraggio sugli oli Dop*. Recuperado de: <https://www.federdopolio.com>
- Ferguson, J., y Gupta, A. (2002). Spatializing States: Toward an Ethnography of Neoliberal Governmentality. *American Ethnologist*, 29(4), 981–1002. <http://www.jstor.org/stable/3805165>
- Fernández Fernández, J., Alonso González, P., y Navajas Corral, Ó. (2015). La Ponte Ecomuséu: Una herramienta de desarrollo rural basada en la socialización del patrimonio cultural. En: *Actas del Congreso SOPA, Congreso Internacional sobre Educación y Socialización del Patrimonio en el Medio Rural. La Descomunal. Revista Iberoamericana de Patrimonio y Comunidad*, 1 (II) (Septiembre 2015), 117–130.
- Fernández-Lobato, L., López-Sánchez, Y., Blejman, G., Jurado, F., Moyano-Fuentes, J., y Vera, D. (2021). Life cycle assessment of the Spanish virgin olive oil production: A case study for Andalusian region. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125677. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125677>
- Ferrando, T., Claeys, P., Diesner, D., Vivero-Pol, J. L., y Woods, D. (2021). Bienes comunes y comunales para una transición agroecológica justa: La importancia de descolonizar y desmercantilizar nuestros sistemas alimentarios. En: C. Tornaghi y M. Dehaene (eds.), *Recursos para un urbanismo agroecológico: Dimensiones políticas, transformacionales y territoriales*. (pp. 61–84). London: Routledge.
- Fonte, M. (2013). Food consumption as social practice: Solidarity Purchasing Groups in Rome, Italy. *Journal of Rural Studies*, 32, 230–239. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.003>
- Foray, D. (2004). *Economics of knowledge*. Massachusetts: MIT press.

- Foray, D., y Lundwall, B.A. (1996). Knowledge-based Economy: From the Economics of Knowledge to the Learning Economy. *Introduction to OECD-publication on The Knowledge-Based Economy*. Paris: OECD.
- Franzén, F., Kinell, G., Walve, J., Elmgren, R., y Söderqvist, T. (2011). Participatory Social-Ecological Modeling in Eutrophication Management: the Case of Himmerfjärden, Sweden. *Ecology and Society*, 16(4). <https://doi.org/10.5751/es-04394-160427>
- Friedmann, H., y McNair, A. (2008). Whose Rules Rule? Contested Projects to Certify ‘Local Production for Distant Consumers’. *Journal of Agrarian Change*, 8(2–3), 408–434. <https://doi.org/10.1111/j.1471-0366.2008.00175.x>
- Goodman, M. K. (2015). Food geographies I. *Progress in Human Geography*, 40(2), 257–266. <https://doi.org/10.1177/0309132515570192>
- Frohmann, B. (2001). Discourse and Documentation: Some Implications for Pedagogy and Research. *Journal of Education for Library and Information Science*, 42(1), 12. <https://doi.org/10.2307/40324034>
- Fuchs, C. (2011). Cognitive capitalism or informational capitalism? The role of class in the information economy. En: M. Peters y E. Bulut, *Cognitive capitalism, education and digital labor*, 75-119. New York: Peter Lang.
- Fumagalli, A. (2007). *Bioeconomia e capitalismo cognitivo: Verso un nuovo paradigma di accumulazione*. Roma: Carocci.
- Fumagalli, A. (2010). The global economic crisis and socioeconomic governance. En: J.F. McGimsey, (ed.), *Crisis in the Global Economy: Financial Markets, Social Struggles, and New Political Scenarios*. 61-84. Los Angeles: Semiotext (e),
- Fumagalli, A. y Lucarelli, S. (2007): A model of Cognitive Capitalism: a preliminary analysis. *European Journal of Economic and Social Systems*, 20 (1), 117-133. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/28012>
- Fuster Morell, M. (2014). Governance of online creation communities for the building of digital commons: Viewed through the framework of the institutional analysis and development. B. Frischmann, J. Michael, y K. Strandburg. *Governing Knowledge Commons*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2842586>

- Gallar, D. y Saracho Domínguez, H. (2016) Consumo de productos ecológicos en Andalucía. Un abordaje integral. *Congreso de Sociología*. España.
- Galtier, F., Belletti, G., y Marescotti, A. (2013). Factors Constraining Building Effective and Fair Geographical Indications for Coffee: Insights from a Dominican Case Study. *Development Policy Review*, 31(5), 597–615. <https://doi.org/10.1111/dpr.12027>
- García Alcaraz, F., Espín, A. A., Martínez, A. H., y Alarcón, M. M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 1(5), 232-236. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169617616006>
- García-Madurga, M. N., Grilló-Méndez, A. J., y Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Retos*, 11(21), 55–70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>
- Giannoccaro, G., Carlucci, D., Sardaro, R., Roselli, L., y de Gennaro, B. C. (2019). Assessing consumer preferences for organic vs eco-labelled olive oils. *Organic Agriculture*, 9(4), 483–494. <https://doi.org/10.1007/s13165-019-00245-7>
- Gómez-Limón, J. A. y Parras Rosa, M. (2017). *Economía y comercialización de los aceites de oliva. Factores y perspectivas para el liderazgo español del mercado global*. Almería: Cajamar.
- Goodman, D. (2004). Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. *Sociologia Ruralis*, 44(1), 3–16. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00258.x>
- Goodman, D., DuPuis, E. M., y Goodman, M. K. (2012). *Alternative food networks: Knowledge, practice and policy*. Abingdon: Routledge.
- Goodman, M. K. (2004). Reading fair trade: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods. *Political Geography*, 23(7), 891–915. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2004.05.013>
- Goodman, M. K., y Goodman, D. (Eds.). (2016). *Consuming space: Placing consumption in perspective*. Londres: Routledge.
- Gorz, A. (2011). *Ecológica, Capital Intelectual*. Buenos Aires.
- Grunert K.G. (2011) Sustainability in the food sector: a consumer behaviour perspective. *International Journal Food System Dynamics*, 2:207–218 <https://doi.org/10.18461/ijfsd.v2i3.232>

- Grunert, K. G., y Achmann, K. (2016). Consumer reactions to the use of EU quality labels on food products: A review of the literature. *Food Control*, 59, 178–187. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2015.05.021>
- Grunert, K. G., Hieke, S., y Wills, J. (2014). Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use. *Food Policy*, 44, 177-189. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2013.12.001>
- Gusjoy, S. y Faisal, S. (2021). Collaborative governance for sustainable development in Indonesia's fisheries and marine resources governance. En: *ICLSSEE 2021, March 6th 2021, Jakarta, Indonesia*.
- Gutiérrez Cedillo, J. G., Aguilera Gómez, L. I., y González Esquivel, C. E. (2008). Agroecología y sustentabilidad. *Convergencia*, 15(46), 51-87. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000100004&lng=es&tlng=es.
- Gutierrez-Salcedo, M., Parras-Rosa, M., Torres-Ruiz, F. J., y Vega-Zamora, M. (2021). Do Chefs Value Health in Their Olive Oil Purchasing Decisions? *Nutrients*, 13(2), 445. <https://doi.org/10.3390/nu13020445>
- Gutiérrez, P. M. (2007). Mapas sociales: método y ejemplos prácticos. *Diálogos: Educación y formación de personas adultas*, 25, 26-36. https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/lcc2_practicas_locales_creatividad_social.pdf#page=65
- Hagedorn, K., y Reusswig, F. (2011). Crafting rules by discourse: Analyzing urban institutional changes in the face of climate change *Shared Resources in a Rapidly Changing World, European Regional Conference of the International Association for the Study of the Commons*. Plovdiv, Bulgaria.
- Halewood, M. (2013). *A Whitehead and social theory: Tracing a culture of thought*. Londres: Anthem Press.
- Hammer, D., y Wildavsky, A. (1990). La entrevista semi-estructurada de final abierto. Aproximación a una guía operativa. *Historia y fuente oral*, 23-61. <https://www.jstor.org/stable/27753290>

- Hansen, T., y Thomsen, T. U. (2018). The influence of consumers' interest in healthy eating, definitions of healthy eating, and personal values on perceived dietary quality. *Food Policy*, 80, 55–67. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2018.09.002>
- Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons. *Science*, 162 (3859), 1243–1248. <https://doi.org/10.1126/science.162.3859.1243>
- Hardt, M., y Negri, A. (2002). *La multitud contra el Imperio*. Barcelona: Debate.
- Hardt, M. y Negri, A. (2009). *Commonwealth*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Harvey, D. (2005). *Spaces of neoliberalization: towards a theory of uneven geographical development*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Harvey, D. (2012). *Rebel cities: From the right to the city to the urban revolution*. London y New York: Verso Books.
- Hassanein, N. (2003). Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation. *Journal of Rural Studies*, 19 (1), 77–86. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00041-4](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00041-4)
- Hatanaka, M., y Busch, L. (2008). Third-Party Certification in the Global Agrifood System: An Objective or Socially Mediated Governance Mechanism? *Sociologia Ruralis*, 48(1), 73–91. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00453.x>
- Helfrich, S. (2008) Commons: ámbitos o bienes comunes, procomún o ‘lo nuestro. S. Helfrich (ed.). *Genes, bytes y emisiones: bienes comunes y ciudadanía*, pp. 42-48. México. Ediciones Böll,
- Hennion, A. (2004). Pragmatics of taste. En M. Jacobs y N. Hanrahan (eds.), *The Blackwell companion to the sociology of culture* (pp. 131–144). Oxford: Blackwell. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00193146>
- Henry, A. D., y Dietz, T. (2011). Information, networks, and the complexity of trust in commons governance. *International Journal of the Commons*, 5(2), 188. <https://doi.org/10.18352/ijc.312>
- Hernández Moreno, M. y Medina Villaseñor, A. (2014). La calidad en el sistema agroalimentario globalizado. *Revista mexicana de sociología*, 76(4), 557-582. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032014000400002&lng=es&tlng=es.

- Hess, C. (2008). *Mapping the new commons*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1356835>
- Hinojosa Rodríguez, A., Parra López, C., Carmona Torres, C., y Sayadi, S. (2014). Protected Designation of Origin in the olive growing sector: Adoption factors and goodness of practices in Andalusia, Spain. *New Medit*, 13(3), 2-12. http://www.iamb.it/share/img_new_medit_articoli/984_02hinojosa.pdf
- Hirschman, A.O. (1997). Fusión de las esferas públicas y privadas. Tomarse en serio la comensalía. *Claves de razón práctica*, 74, 2-9.
- Hoh Teck, L., Siong, H-C., Mohd, A. y Fan, Tu (2016). Do institutions matter in neighbourhood commons governance? A two-stage relationship between diverse property-rights structure and residential public open space (POS) quality: Kota Kinabalu and Penampang, Sabah, Malaysia. *International Journal of the Commons*, 10(1), 294–333. <https://doi.org/10.18352/ijc.618>
- Holloway, L., Kneafsey, M., Venn, L., Cox, R., Dowler, E. y Tuomainen, H. (2005). Possible food economies: food production-consumption arrangements and the meaning of ‘alternative’. *Cultures of Consumption Working Paper Series*, 25. Available online at: <http://www.consume.bbk.ac.uk/publications.html>.
- Høstaker, R., y Vabø, A. (2005). Higher Education and the Transformation to a Cognitive Capitalism. En: I., Bleiklie, y M. Henkel, (eds) *Governing Knowledge. Higher Education Dynamics*, 9. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/1-4020-3504-7_14
- Hudon, M., y Meyer, C. (2016). A Case Study of Microfinance and Community Development Banks in Brazil. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(4_suppl), 116S-133S. <https://doi.org/10.1177/0899764016643609>
- Hughes, A. L., y Reimer, S. (Eds.). (2004). *Geographies of commodity chains*. London: Routledge.
- Ibáñez, J. (1986). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: teoría y crítica*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- IFOAM. (2007). *Sistemas de garantía participativos. Visión compartida, ideales compartidos*. IFOAM. Recuperado de: https://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/ifoam_pgs_spanish_web.pdf

- Ilbery, B., y Kneafsey, M. (2000). Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England. *Journal of Rural Studies*, 16(2), 217–230. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(99\)00041-8](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(99)00041-8)
- Ilbery, B., y Maye, D. (2005). Food supply chains and sustainability: evidence from specialist food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22(4), 331–344. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2004.06.002>
- Instituto del Bien Común (2013). *La importancia de los Bienes Comunes*. Recurso Web: <http://www.ibcperu.org/quienes-somos/importancia-de-los-bienes-comunes/>
- Instituto Nacional de Estadística (2021). *Tasas de actividad, paro y empleo por provincia y sexo*.
- Istat (2010). *6° Censimento Generale dell’Agricoltura, Istruzioni per la rilevazione*, Roma
- (2022). *Dati congiunturali (2006-2020)*
- Jacobs, J. (1984). *Cities and the Wealth of Nations*. New York: Random House.
- Janssen, M., y Hamm, U. (2012). Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos. *Food Quality and Preference*, 25(1), 9–22. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.12.004>
- Jarzębowski, S., Bourlakis, M., y Bezat-Jarzębowska, A. (2020). Short Food Supply Chains (SFSC) as Local and Sustainable Systems. *Sustainability*, 12(11), 4715. <https://doi.org/10.3390/su12114715>
- Jaros, L. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, 24(3), 231–244. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2007.10.002>
- Jessop, B., y Oosterlynck, S. (2008). Cultural political economy: On making the cultural turn without falling into soft economic sociology. *Geoforum*, 39 (3), 1155–1169. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2006.12.008>
- Jones, M. (2008). Recovering a sense of political economy. *Political Geography*, 27(4), 377–399. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2008.03.003>

- Kaljonen, M. (2006). Co-construction of agency and environmental management. The case of agri-environmental policy implementation at Finnish farms. *Journal of Rural Studies*, 22(2), 205–216. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.08.010>
- Kapsali, M. y Tsavdaroglou, C. (2014): “The dialectic of formal and informal urban enclosures and the production of the common space in Greece during the ongoing crisis”. En A. Güngör (eds) *Rethink the Informality, CUI '14 Contemporary Urban Issues Conference Proceedings*, organized by DACAM (Eastern Mediterranean Academic Research center), pp. 373-384, Istanbul 13-15 November 2014
- Kawulich, B. B. (2005). Participant observation as a data collection method. *Forum Qualitative Social Research*, 6 (2). <https://doi.org/10.17169/fqs-6.2.466>
- Kebir, L., y Torre, A. (2012). *Geographical proximity and new short supply food chains*. En: L. Lazzeretti (ed.), *Creative Industries and Innovation in Europe* (pp. 212-229). Londres: Routledge.
- Keller, S. (2018). *Creating a new commons: A case study of iCOOP's natural dream park*. US: Princeton University Press. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv39x8m4>
- Kessari, M., Joly, C., Jaouen, A., y Jaeck, M. (2020). Alternative food networks: good practices for sustainable performance. *Journal of Marketing Management*, 36(15–16), 1417–1446. <https://doi.org/10.1080/0267257x.2020.1783348>
- Kloppenburg, J. (2018). Enacting the New Commons – the global progress, promise and possibilities of open-source seed. En: *Conference in the IASC Workshop on Conceptualizing the New Commons in Oldenburg, Germany on June 6-8, 2018*.
- Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., ... y Blackett, M. (2013). Short food supply chains and local food systems in the EU. A state of play of their socio-economic characteristics. *JRC scientific and policy reports*, 123, 129. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/88784>
- Lacroix, K., y Richards, G. (2015). An alternative policy evaluation of the British Columbia carbon tax: broadening the application of Elinor Ostrom's design principles for managing common-pool resources. *Ecology and Society*, 20(2). <https://doi.org/10.5751/es-07519-200238>

- Lakatos, I. (1978). *La Metodología de los Programas de Investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lamo de Espinosa, J. (2009). *La crisis económica global y la crisis agraria española*. Madrid: Mediterráneo económico.
- Langreo Navarro, A. (2010). La estrategia empresarial en el sector del aceite de oliva y su evolución desde la transición política. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1). Recuperado a partir de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/406>
- Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital: un manifiesto*. Barcelona: Debate.
- Lanier, J. (2014). *Who owns the future?* Londres: Penguin Books.
- Łapniewska, Z. (2014). Commons as an alternative economic perspective for women. En: *Crisis, Resistance and Rights: Critical Political Economy Perspectives” CPERN midterm conference 1213, University of Vienna, 11-13 September 2014*.
- Łapniewska, Z. (2016). (Re)claiming Space by Urban Commons. *Review of Radical Political Economics*, 49(1), 54–66. <https://doi.org/10.1177/0486613415616217>
- Latour, B. (2007). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Latour, B. (2013). *An inquiry into modes of existence*. Harvard: Harvard University Press.
- Law, J. (1992). Notes on the theory of the actor-network: Ordering, strategy, and heterogeneity. *Systems Practice*, 5(4), 379–393. <https://doi.org/10.1007/bf01059830>
- Lazzarato, M. (2002). *Puissances de l'Invention : La psychologie l'economique de Gabriel Tarde contre l'economie politique*. Paris : L'empêcheurs de penser en rond.
- Lazzarato, M. (2012). El funcionamiento de los signos y de las semióticas en el capitalismo contemporáneo. *Palabra clave*, 15(3), 713-725. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852012000300017&lng=en&tlng=es.

- Lebert, T., y Rohde, R. (2007). Land reform and the new elite: Exclusion of the poor from communal land in Namaqualand, South Africa. *Journal of Arid Environments*, 70(4), 818–833. <https://doi.org/10.1016/j.jaridenv.2006.03.023>
- Lecoeuvre, C. (2017). Cuando lo "eco" desnaturaliza lo ecológico: un sello de calidad agrícola cada vez menos exigente. *Le Monde diplomatique en español*, (260), 12.
- Lederman, L. C. (1990). Assessing educational effectiveness: The focus group interview as a technique for data collection1. *Communication Education*, 39(2), 117–127. <https://doi.org/10.1080/03634529009378794>
- León-Vega, X., Pazmiño-Mayorga, J., Vivas-Vivas, R., y Cepeda-Bastidas, D. (2021). Espacios de formación y comercialización agroecológica. *Lecciones aprendidas en la Universidad Central del Ecuador. La Granja*, 35(1). <https://doi.org/10.17163/lgr.n35.2022.05>
- Letelier, F., Micheletti, S., y Vanhulst, J. (2016). Prácticas instituyentes en el espacio vecinal: el barrio como un común. *Polis (Santiago)*, 15(45), 105–119. <https://doi.org/10.4067/s0718-65682016000300006>
- Lévy, P. (2013). *Qu'est-ce que le virtuel ?* Paris : La Découverte.
- Li, A. M. L. (2017). Ecological determinants of health: Food and environment on human health. *Environmental Science and Pollution Research*, 24(10), 9002–9015. <https://doi.org/10.1007/s11356-015-5707-9>
- Lobato, F. M. (1998). ¿ Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegida? *Monte Buciero*, (2), 85-94.
- Lobo, I. D., Velez, M., y Puerto, S. (2016). Leadership, entrepreneurship and collective action: A case study from the Colombian Pacific Region. *International Journal of the Commons*, 10(2), 982. <https://doi.org/10.18352/ijc.640>
- López García, D. (2016). *Producir alimentos, reproducir comunidad. Redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transformación social y ecológica*. Madrid: Libros en Acción.
- López-García, D. (2014). Agroecología y canales cortos de comercialización. En: *XI Congreso de SEAE Agricultura ecológica familiar, Vitoria, 1-4 octubre, 2014.*, 1, 109-127.

- López-Roldán, P., y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Bellaterra: Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Lucas, V., Gasselin, P., y van der Ploeg, J. D. (2018). Local inter-farm cooperation: A hidden potential for the agroecological transition in northern agricultures. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 43(2), 145–179. <https://doi.org/10.1080/21683565.2018.1509168>
- Lucatelli, S. (2000). Appellations of origin and geographical indications in OECD member countries: economic and legal implications. En: *OECD, Directorate for food, agriculture and fisheries, trade directorate* (pp. 301–317). OECD.
- Lundvall, B. K., Johnson, B., Andersen, E. S., y Dalum, B. (2002). National systems of production, innovation and competence building. *Research Policy*, 31(2), 213–231. [https://doi.org/10.1016/s0048-7333\(01\)00137-8](https://doi.org/10.1016/s0048-7333(01)00137-8)
- Lyon, S. (2006). Evaluating fair trade consumption: politics, defetishization and producer participation. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 452–464. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2006.00530.x>
- Macías Vázquez, A. (2021). Food quality in a post-industrial economy: Alternatives to the crisis of the Spanish agricultural sector. *Sociologia Ruralis*, 61(3), 623–637. <https://doi.org/10.1111/soru.12340>
- 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*, 41, 142–152. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.08.003>
- Macías Vázquez, A., y Alonso González, P. (2015). Knowledge Economy and the Commons. *Review of Radical Political Economics*, 48(1), 140–157. <https://doi.org/10.1177/0486613415586991>
- Macías Vázquez, A., y Morillas del Moral, J.A. (2022). Ethical Values in a Post-Industrial Economy: The Case of the Organic Farmers' Market in Granada (Spain). *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 35(2). <https://doi.org/10.1007/s10806-022-09879-2>
- Macías Vázquez, A., y Saavedra Gallo, G. (2020). Sustainability and immaterial commons: rentier appropriation and intermediation in the artisanal fishing space of

- southern Chile. *Journal of Cultural Economy*, 14(2), 209–224. <https://doi.org/10.1080/17530350.2020.1818600>
- Madison, M. J., Strandburg, K. J., y Frischmann, B. M. (2019). Knowledge commons. En: B. Depoorter, P. S. Menell & D. Schwartz (Eds.). *Research Handbook on the Economics of Intellectual Property Law*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Magaldi, D., y Berler, M. (2020). Semi-structured Interviews. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 4825–4830. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24612-3_857
- Magdoff, F., Foster, J., y Buttel, F. (2000). *Hungry for profit: The agribusiness threat to farmers, food, and the environment*. New York: New York University Press.
- Magnaghi, A. (2012). *Il territorio bene comune*. Firenze: Firenze University Press.
- Maier, P., Klein, O., y Schumacher, K. P. (2020). Ecological benefits through alternative food networks? Prospects of regional barley-malt-beer value chains in Bavaria, Germany. *Journal of Cleaner Production*, 265, 121848. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121848>
- Malorgio, G., Camanzi, L., y Grazia, C. (2008). Geographical indications and international trade: evidence from the wine market. *New Medit*, 7(3), 4-13.
- Mancini, M. C. (2013). Geographical Indications in Latin America Value Chains: A “branding from below” strategy or a mechanism excluding the poorest? *Journal of Rural Studies*, 32, 295–306. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.008>
- Mancini, M., Menozzi, D., Donati, M., Biasini, B., Veneziani, M., y Arfini, F. (2019). Producers’ and Consumers’ Perception of the Sustainability of Short Food Supply Chains: The Case of Parmigiano Reggiano PDO. *Sustainability*, 11(3), 721. <https://doi.org/10.3390/su11030721>
- Maniglio, F. (2016). La gran ilusión. La praxis del intelectual multitudinario en el paradigma del Capitalismo Cognitivo. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (133), 61-77.
- Mansell, R. (2013). Employing digital crowdsourced information resources: Managing the emerging information commons. *International Journal of the Commons*, 7(2), 255. <https://doi.org/10.18352/ijc.395>
- Marazzi, C. (2008). *Capital and language: From the new economy to the war economy*. Massachusetts: MIT Press

- Marcolini, C., Parras Rosa, M., y Lopez-Zafra, E. (2015). Designations and consumer perceptions. *British Food Journal*, 117(3), 1188–1204. <https://doi.org/10.1108/bfj-06-2013-0152>
- Marie-Vivien, D., y Biénabe, E. (2017). The Multifaceted Role of the State in the Protection of Geographical Indications: A Worldwide Review. *World Development*, 98, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.04.035>
- Marie-Vivien, D., Bérard, L., Boutonnet, J. P., y Casabianca, F. (2017). Are French Geographical Indications Losing Their Soul? Analyzing Recent Developments in the Governance of the Link to the Origin in France. *World Development*, 98, 25–34. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.01.001>
- Marie-Vivien, D., Carimentrand, A., Fournier, S., Cerdan, C., y Sautier, D. (2019). Controversies around geographical indications. *British Food Journal*, 121(12), 2995–3010. <https://doi.org/10.1108/bfj-04-2019-0242>
- Marochi Balán, J. C. (2002). Pro-irrigation region. Integrated project of community and family organics irrigated region. En: *5 Congreso de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica, Gijón (España)*, 16-21 Sep 2002. SERIDA.
- Marsden, T., Hebinck, P., y Mathijs, E. (2018). Re-building food systems: embedding assemblages, infrastructures and reflexive governance for food systems transformations in Europe. *Food Security*, 10(6), 1301–1309. <https://doi.org/10.1007/s12571-018-0870-8>
- Marshall, G. R. (2015). A social-ecological systems framework for food systems research: accommodating transformation systems and their products. *International Journal of the Commons*, 9(2), 881. <https://doi.org/10.18352/ijc.587>
- Marx, K. (1983). *En defensa de la libertad. Los artículos de la Gaceta Renana 1842-1843*. Valencia: Fernando Torres-Editor
- Mastronardi, L., Marino, D., Giaccio, V., Giannelli, A., Palmieri, M., y Mazzocchi, G. (2019). Analyzing Alternative Food Networks sustainability in Italy: a proposal for an assessment framework. *Agricultural and Food Economics*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s40100-019-0142-8>
- Matarán, A. y Castillo, J. (2013). Transition to alternative food systems: Planpais Granada, a participative research and action model in progress. En: *Intervention at the 5th AESOP Sustainable Food Planning Conference, Montpellier*.

- Maté, V. (2009). Caída de rentas y miedo al futuro del sector agrario. *Agricultura: Revista agropecuaria y ganadera*, (914), 8-11.
- Matisoff, D., y Noonan, D. (2012). Managing contested greenspace: neighborhood commons and the rise of dog parks. *International Journal of the Commons*, 6(1), 28. <https://doi.org/10.18352/ijc.299>
- Mauleón, 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.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Klagenfurt: Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Recuperado de: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>
- McMichael, P. (2009). A food regime genealogy. *The Journal of Peasant Studies*, 36(1), 139–169. <https://doi.org/10.1080/03066150902820354>
- Medina-Lopez, C., Marin-Garcia, J. A., y Alfalla-Luque, R. (2010). Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía. *WPOM-Working Papers on Operations Management*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.4995/wpom.v1i2.786>
- Melville, E., Christie, I., Burningham, K., Way, C., y Hampshire, P. (2017). The electric commons: A qualitative study of community accountability. *Energy Policy*, 106, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.03.035>
- Menjivar Flores, J., Díez Ortiz, M., Aguilar Ruiz, J., Martín Peinado, F., y García Fernández, I. (2009). *Study of heavy metal and arsenic concentrations in olive farm soils, Sierra Mágina, Jaén, Spain*. Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira.
- Merino, L., y Cendejas, J. (2017). Peace building from a commons perspective. *International Journal of the Commons*, 11(2), 907. <https://doi.org/10.18352/ijc.773>
- Miali, G. (2009). *Puglia, paesaggi*. *Puglia, paesaggi*, 1000-1015.
- Ministerio de Agricultura, Pesca and Alimentación (2019a). *Cuentas económicas de la agricultura*. Madrid: MAPA.
- (2019b). *Agricultura ecológica. Estadísticas 2018*. Madrid: MAPA.
- (2019c). *Informe sobre el consumo alimentario*. Madrid: MAPA.

- (2021). *Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P), Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P) y Especialidades Tradicionales Protegidas (E.T.P) de Productos Agroalimentarios*. Disponible en: https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/informedop_igp_2020_definitivo_tcm30-578610.pdf
- (2021b). *Informe sobre el consumo de alimentos durante la pandemia de la COVID-19*.
- Miralles, I., Dentoni, D., y Pascucci, S. (2017). Understanding the organization of sharing economy in agri-food systems: evidence from alternative food networks in Valencia. *Agriculture and Human Values*, 34(4), 833–854. <https://doi.org/10.1007/s10460-017-9778-8>
- Molinero Gerbeau, Y., y Muñoz Rico, A. (2022). *Alimentos industriales, trabajo precario. La explotación laboral de las personas migrantes en la industria agroalimentaria en España*. Repositorio Comillas. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11531/67039>
- Montagut, X., y Vivas, E. (2007). *Supermercados, no gracias*. Barcelona: Icaria.
- Morgan, K., Marsden, T., y Murdoch, J. (2006). *Worlds of food: Place, power and provenance in the food chain*. Oxford: Oxford University Press.
- Morris, C., y Kirwan, J. (2010). Food commodities, geographical knowledges and the reconnection of production and consumption: The case of naturally embedded food products. *Geoforum*, 41(1), 131–143. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2009.09.004>
- Mouhoud, M. (2002) Les logiques de la division internationale du travail dans l'économie de la connaissance. En C. Vercellone, *Le crépuscule du capitalisme industriel?*, Paris : La Dispute.
- Moulier Boutang, Y. (2004). Riqueza, propiedad, libertad y renta en el capitalismo cognitivo. En: O. Blondeau, N. Whiteford, A. Kyrou, A. Corsani, E. Rullani, Y. Moulier Boutang, y M. Lazzarato (eds.) *Capitalismo cognitivo: propiedad intelectual y creación colectiva*, 107-28. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Mutersbaugh, T. (2002). The Number is the Beast: A Political Economy of Organic-Coffee Certification and Producer Unionism. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 34(7), 1165–1184. <https://doi.org/10.1068/a3435>
- Nelson, R. R. y Winter S. (1985). *An evolutionary theory of economic change*. Harvard: Harvard University Press.

- Norbutas, L., y Corten, R. (2018). Sustainability of generalized exchange in the sharing economy: the case of the “freecycling” Facebook groups. *International Journal of the Commons*, 12(1), 111–133. <https://doi.org/10.18352/ijc.789>
- OCDE (2002): *OCDE Science, Technology and Industry Scoreboard 2001: Towards a knowledge-based economy*. Paris: OCDE.
- Olivé, L. (1998). Constructivismo, relativismo y pluralismo en la filosofía y sociología de la ciencia”. En C. Solís Santos (ed.): *Alta tensión: historia, filosofía y sociología de la ciencia?: ensayos en memoria de Thomas Kuhn*. Barcelona: Paidós, pp. 195–212.
- Olson, M. (1965). *The logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Harvard: Harvard University Press,
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2021). *Acerca de las indicaciones geográficas. 2 de febrero de 2020, de Organización Mundial de la Propiedad Intelectual* Sitio web: https://www.wipo.int/geo_indications/es/about.html
- Ostrom, E. (1989). Microconstitutional Change in Multiconstitutional Political Systems. *Rationality and Society*, 1(1), 11–50. <https://doi.org/10.1177/1043463189001001004>
- Ostrom, E. (1990). *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. México DF: Fondo de cultura económica.
- Ostrom, E. (1993). Design principles in long-enduring irrigation institutions. *Water Resources Research*, 29(7), 1907–1912. <https://doi.org/10.1029/92wr02991>
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Palacios González, D. (2017). Desarrollo cultural local y desarrollo cultural comunitario. Deslinde conceptual para una gestión participativa. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.4995/cs.2017.7487>
- Panzone, L., di Vita, G., Borla, S., y D’Amico, M. (2016). When Consumers and Products Come From the Same Place: Preferences and WTP for Geographical Indication Differ Across Regional Identity Groups. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 28(3), 286–313. <https://doi.org/10.1080/08974438.2016.1145611>

- Parga Dans, E., Alonso González, P., y Macías Vázquez, A. (2019). Taste and Knowledge: The Social Construction of Quality in the Organic Wine Market. *Human Ecology*, 47(1), 135–143. <https://doi.org/10.1007/s10745-019-0051-1>
- Pasquinelli, M. (2008). *Animal spirits: A bestiary of the commons*. Rotterdam: NAI.
- Pasquinelli, M. (2009). Google's PageRank algorithm: A diagram of cognitive capitalism and the rentier of the common intellect. En: K. Becker y F. Stalder (eds), *Deep Search: The Politics of Search Beyond Google*, London: Transaction Publishers, 152-162.
- Perez-Bustamante, G. (2005). Reflexión económica sobre la apropiación de rentas de especificidad en denominaciones de origen protegidas: estudio exploratorio de la sidra de Asturias. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 207, 129-142. <http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.166087>
- Polman, N., Poppe, K.J., van der Schans, J.W., y van der Ploeg, J.D. (2010), Nested market with common pool of resources in multifunctional agriculture, *Rivista di Economia Agraria*, 65(2), 295-318.
- Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations: with a new introduction*. New York: Free Press.
- Puente Asuero, R. (2013). La Vega de Granada: De un espacio agrario en crisis a un complejo paisaje cultural. *Revista de Estudios Regionales*, (96),181-213. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75528044007>
- Rabadán, A., Álvarez-Ortí, M., Tello, J., y Pardo, J. E. (2021). Tradition vs. Eco-Innovation: The Constraining Effect of Protected Designations of Origin (PDO) on the Implementation of Sustainability Measures in the Olive Oil Sector. *Agronomy*, 11(3), 447. <https://doi.org/10.3390/agronomy11030447>
- Rabinowitz, D. (2012). Residual residential space as commons. *International Journal of the Commons*, 6(2), 302. <https://doi.org/10.18352/ijc.300>
- Ray, C. (1998). Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 3–20. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00060>
- Reardon, T. et al., (2005). Supermarket expansion in Latin America and Asia: Implications for food marketing systems. En A. Regmi y M. Gehler (eds.) *New directions in global food markets / AIB-794* (pp. 47–61). Economic Research Service/USDA. <http://www.ers.usda.gov/publications/aib794/aib794.pdf>.

- Renard, M. C. (2003). Fair trade: quality, market and conventions. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 87–96. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00051-7](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00051-7)
- Renard, M. C. (2005). Quality certification, regulation and power in fair trade. *Journal of Rural Studies*, 21(4), 419–431. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.09.002>
- Rendón Acevedo, J. A., y Chacón Jaramillo, L. (2020). Pacto de la ciudad y el campo en un mundo pospandemia. *Retos para el desarrollo rural. Revista Universidad de La Salle*, 1(86), 139–155. <https://doi.org/10.19052/ruls.vol1.iss86.10>
- Renting, H., Schermer, M., y Rossi, A. (2012). Building food democracy: Exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19 (3), 289–307. <https://doi.org/10.48416/ij saf.v19i3.206>
- Retamozo, M. (2012). Constructivismo: epistemología y metodología en las ciencias sociales. En: E. De la Garza y G. Leyva (eds.), *Tratado de metodología de las ciencias sociales: Perspectivas actuales*. DF (México): Fondo de Cultura Económica.
- Riechmann, J. (2003). *Cuidar la T (t) ierra: Políticas agrarias y alimentarias sostenibles para entrar en el siglo XXI* (Vol. 23). Barcelona: Icaria Editorial.
- Rindermann, H. (2012). Intellectual classes, technological progress and economic development: The rise of cognitive capitalism. *Personality and Individual Differences*, 53(2), 108–113. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.07.001>
- Robson, J. P., Sinclair, A. J., y Diduck, A. P. (2015). A study of institutional origins and change in a Canadian urban commons. *International Journal of the Commons*, 9(2), 698. <https://doi.org/10.18352/ijc.548>
- Rodríguez Cohard, J. C., y Parras Rosa, M. (2012). Los canales de comercialización de los aceites de oliva españoles. *Cuadernos de Estudios Agroalimentarios (CEA)*, (4), 93-102.
- Rodríguez-Cohard, J. C., y Parras, M. (2011). The Olive Growing Agri-Industrial District of Jaén and the International Olive Oils Cluster. *The Open Geography Journal*, 4(1), 55–72. <https://doi.org/10.2174/1874923201104010055>
- Rodríguez, E., y Sánchez, R. (2004). *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de sueños.

- Rogge, N., y Theesfeld, I. (2018). Categorizing urban commons: Community gardens in the Rhine-Ruhr agglomeration, Germany. *International Journal of the Commons*, 12(2), xx. <https://doi.org/10.18352/ijc.854>
- Ros-Galvez, A., y Rosa-Garcia, A. (2015). Private provision of a public good: cooperation and altruism of internet forum users. *International Journal of the Commons*, 9(2), 720. <https://doi.org/10.18352/ijc.554>
- Rose, C. (1986). The Comedy of the Commons: Custom, Commerce, and Inherently Public Property. *The University of Chicago Law Review*, 53(3), 711. <https://doi.org/10.2307/1599583>
- Roselli, L., Cicia, G., Cavallo, C., del Giudice, T., Carlucci, D., Clodoveo, M. L., y de Gennaro, B. C. (2018). Consumers' willingness to buy innovative traditional food products: The case of extra-virgin olive oil extracted by ultrasound. *Food Research International*, 108, 482–490. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.03.070>
- Roselli L., Casieri A., De Gennaro, B., y Medicamento, U. (2009). Olive oils protected by the EU geographical indications: creation and distribution of the value-adding within supply chains. En: *Proceeding of the 113th EAAE Seminar: A resilient European food industry and food chain in a challenging world, Chania, Greece*.
- Rosol, M., y Barbosa, R. (2021). Moving beyond direct marketing with new mediated models: evolution of or departure from alternative food networks? *Agriculture and Human Values*, 38(4), 1021–1039. <https://doi.org/10.1007/s10460-021-10210-4>
- Ruiz-Ballesteros, E., y Gual, M. A. (2012). The Emergence of New Commons. *Human Ecology*, 40(6), 847–862. <https://doi.org/10.1007/s10745-012-9540-1>
- Ruiz Rivera, N., y Delgado Campos, J. (2008). Territorio y nuevas ruralidades: un recorrido teórico sobre las transformaciones de la relación campo-ciudad. *EURE (Santiago)*, 34(102). <https://doi.org/10.4067/s0250-71612008000200005>
- Rullani, E. (2002). The industrial cluster as a complex adaptive system. En: A. Curzio y M. Fortis (eds.), *Complexity and industrial clusters* (pp. 35-61). Esswein: Physica-Verlag HD.
- Rullani, E. (2004a). *Economia della conoscenza: Creatività e valore nel capitalismo delle reti*. Roma: Carocci.

- Rullani, E. (2004b). *La fabbrica dell'immateriale: produrre valore con la conoscenza*. Roma: Carocci.
- Rullani, E. (2004c): “El capitalismo cognitivo ¿Un deja-vú?”. En: O. Blondeau, N. Whiteford, A. Kyrou, A. Corsani, E. Rullani, Y. Moulier Boutang, y M. Lazzarato (eds.) *Capitalismo cognitivo: propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños
- Rullani, E., Cozza, C. y Zanfei, A. (2016). Lost in transition: systemic innovations and the new role of the state in industrial policy. *Economia e Politica Industriale*, (43), 345–353. <https://doi.org/10.1007/s40812-016-0045-6>
- Sabourin, E. (2018). Construcción social de circuitos cortos y de mercado justo: articulación entre intercambio y reciprocidad. *THEOMAI Journal/Critical Studies about Society and Development*, (38), 150-167. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02794683/>
- Sacco dos Anjos, F., Caldas, N. V., y Sivini, S. (2019). Redes agroalimentarias alternativas: el caso Campagna Amica. *Revista mexicana de sociología*, 81(1), 63-87. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032019000100063&lng=es&tlng=es.
- Sage, C. (2003). Social embeddedness and relations of regard: alternative ‘good food’ networks in south-west Ireland. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 47–60. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00044-x](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00044-x)
- Salazar-Ordóñez, M., Rodríguez-Entrena, M., y Villanueva, A. J. (2021). Exploring the commodification of biodiversity using olive oil producers’ willingness to accept. *Land Use Policy*, 107, 104348. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104348>
- Sánchez Meca, J. (2010). Cómo realizar una revisión sistemática y un meta-análisis. *Aula abierta*, 38(2), 53-64.
- Sánchez-Hernández, J. L. (2009). Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 49 (2009), 185-207
- Sandlin, J. A., y McLaren, P. (2010). *Critical pedagogies of consumption*. NY: Routledge.

- Santiago Muño, E. (2015). “Móstoles en Transición 2015”: una hoja de ruta local para la transición poscapitalista. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (129), 149-165.
- Sanz Cañada, J., y Macías Vázquez, A. (2005). Quality certification, institutions and innovation in local agro-food systems: Protected designations of origin of olive oil in Spain. *Journal of Rural Studies*, 21(4), 475–486. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.10.001>
- Sanz, E., Yacamán, C., y Mata Olmo, R. (2016). Sistemas agroalimentarios apropiación del territorio a través de la alimentación los ejemplos de Aviñon y de Madrid. En: N. Baron y J. Romero (eds.), *Cultura Territorial, Innovación Social y Reorientación de Los Modelos Metropolitanos*. Madrid: España, 449-472.
- Sarantakos, S. (2012). *Social research*. Londres: Macmillan International Higher Education.
- Sayer, A. (2001). For a Critical Cultural Political Economy. *Antipode*, 33(4), 687–708. <https://doi.org/10.1111/1467-8330.00206>.
- Schlüter, M., Hinkel, J., Bots, P. W. G., y Arlinghaus, R. (2014). Application of the SES Framework for Model-based Analysis of the Dynamics of Social-Ecological Systems. *Ecology and Society*, 19(1). <https://doi.org/10.5751/es-05782-190136>
- Sennet, A. (2008). The binding argument and pragmatic enrichment, or, why philosophers care even more than weathermen about ‘raining’. *Philosophy Compass*, 3(1), 135-157. <https://doi.org/10.1111/j.1747-9991.2007.00103.x>
- Serres, M. (2013). *The parasite (Vol. 1)*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Sevilla-Guzmán, E. (1991). Hacia un desarrollo agroecológico desde el campesinado. *Política y Sociedad*, 9, 57-92.
- Seyfang, G. (2006). Ecological citizenship and sustainable consumption: Examining local organic food networks. *Journal of Rural Studies*, 22(4), 383–395. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.01.003>
- Singh, B., y Keitsch, M. M. (2014). Cultural Sustainability and the Negotiation of Public Space - The Case of Indrachowk Square, Kathmandu, Nepal. *Journal of Sustainable Development*, 7(3). <https://doi.org/10.5539/jsd.v7n3p129>
- Solera Navarro, F. y Cabello Fernández-Delgado, F. (2015). Crowdfunding para la producción cultural basada en el procomún: el caso de Goteo (2011-2014). *Historia*

y *Comunicación Social*, 20(2), 447-464. <http://dx.doi.org/10.5209/rev-HICS.2015.v20.n2.51393>

- Stake, R. (1995) *The Art of Case Study Research*, Londres: Sage.
- Starr, A. (2010). Local Food: A Social Movement? *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*, 10(6), 479–490. <https://doi.org/10.1177/1532708610372769>
- Stiglitz, J. E., y Greenwald, B. (2014). *Creating a Learning Society*. Columbia: Columbia University Press.
- Stott, L., y Ramil, X. (2014). *Metodología para el desarrollo de estudios de casos*. Madrid: Centro de Innovación en Tecnología para el desarrollo humano.
- Tarditti, M. (2012). *Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante* (Tesis de Doctorado en Sociología). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10803/107853>
- Taylor, S., y Bogdan, R. (1984). *Introducción ir hacia la gente. Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Tchoukaleyska, R. (2013). Regulating the farmers' market: Paysan expertise, quality production and local food. *Geoforum*, 45, 211–218. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.11.006>
- Teil, G. (2017). Protecting appellations of origin: One hundred years of efforts and debates. En: W. van Caenegem y J. Cleary (eds.), *The importance of place: Geographical indications as a tool for local and regional development*, 147–171. Springer International Publishing.
- Thrift, N. J. (2005). *Knowing capitalism*. Londres: Sage.
- Tolón-Becerra, A., Lastra-Bravo, X., y Bienvenido-Bárcena, F. (2009). Proposal for territorial distribution of the 2010 EU road safety target. *Accident Analysis & Prevention*, 41(5), 1008–1015. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2009.06.005>
- Tonkiss, F. (2006). *Contemporary economic sociology: Globalization, production, inequality*. Londres: Routledge.
- Tonon de Toscano, G. (2009) La entrevista semi-estructurada como técnica de investigación. En G. Tonon (Ed.), *Reflexiones latinoamericanas sobre investigación cualitativa*, 46–68. San Justo: Prometeo-UNLAM.
- Torres Salcido, G. y Muchnik, J. (2012). “Globalization/Fragmentation Process: Governance and Public Policies for Localized Agri-food Systems”. En: F. Arfini,

- C. Mancini y M. Donati (eds.). *Local Agri-food Systems in a Global World. Market, Social and Environmental Challenges*, 97-116.. Newcastle: Cambridge Scholar Publishing.
- Torres-Salcido, G. (2019). Alimentación y sistemas agroalimentarios: problemas de la gobernanza territorial. *Cuadernos Americanos: Nueva Epoca*, 3 (169), 39-49.
- Torres-Ruiz, F. J., Vega-Zamora, M., y Parras-Rosa, M. (2017). Sustainable Consumption: Proposal of a Multistage Model to Analyse Consumer Behaviour for Organic Foods. *Business Strategy and the Environment*, 27(4), 588–602. <https://doi.org/10.1002/bse.2022>
- Toscano, A. (2007). Vital Strategies. Theory, *Culture & Society*, 24(6), 71–91. <https://doi.org/10.1177/0263276407078713>
- Travis Selmier, W. (2016). FERMiers required: applying watershed governance to banking and finance. *International Journal of the Commons*, 10(2), 1119. <https://doi.org/10.18352/ijc.667>
- Tregear, A. (1998). What is a typical food of the area? An examination of territorial identity in food based on development initiatives in the agri-food and rural sectors. En: *Working document No. 58 from the Center for Rural Economics, University of Newcastle upon Tyne*.
- Trentmann, F. (2007). Before “fair trade”: empire, free trade, and the moral economies of food in the modern world. *Environment and Planning D: Society and Space*, 25(6), 1079-1102. <https://doi.org/10.1068/d4448t>
- Valceschini, E., y Mazé, A. (2000). La politique de la qualité agro-alimentaire dans le contexte international. *Economie rurale*, 258(1), 30-41. <http://dx.doi.org/10.3406/ecoru.2000.5191>
- Valceschini, E., y Nicolas, F. (1995). La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire. En F. Nicolas y E. Valceschini, *Agroalimentaire : une économie de la qualité*. Paris: INRA-Economica, 15-37.
- Valls, J. F. (2011). *Reinventar el negocio*. Madrid: Alianza Editorial.
- Van der Ploeg, J.D. (2010). *Nuevos campesinos. Campesinos e Imperios alimentarios*. Barcelona: Paidós.
- Vercellone, C. (2004). Las políticas de desarrollo en tiempos del capitalismo cognitivo. En: O. Blondeau, N. Whiteford, A. Kyrou, A. Corsani, E. Rullani, Y. Moulier

- Boutang, y M. Lazzarato (eds.) *Capitalismo cognitivo: propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños
- Vercellone, C. (2007). From Formal Subsumption to General Intellect: Elements for a Marxist Reading of the Thesis of Cognitive Capitalism. *Historical Materialism*, 15(1), 13–36. <https://doi.org/10.1163/156920607x171681>
- Vercellone, C. (2008). *The new articulation of wages, rent and profit in cognitive capitalism*. Londres: Queen Mary University.
- Vercellone, C. (2013). *Capitalismo cognitivo. Releer la economía del conocimiento desde el antagonismo capital-trabajo*. TESIS 11, (105). <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00969302>
- Vercellone, C. (2016). Capitalismo cognitivo y economía del conocimiento. Una perspectiva histórica y teórica. En: F. Sierra Caballero, y F. Maniglio, *Capitalismo financiero y Comunicación*, 17-50. Quito: Ciespal
- Verhaegen, I., y van Huylenbroeck, G. (2001). Costs and benefits for farmers participating in innovative marketing channels for quality food products. *Journal of Rural Studies*, 17(4), 443–456. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(01\)00017-1](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(01)00017-1)
- Virno, P. (2003). *Una gramática de la multitud*. Londres: Semiotexto (e).
- Vivas, E. (2010). Consumo agroecológico, una opción política. *Revista Viento Sur*, (108), 54-63.
- Vivero Pol, J. L., Ferrando, T., De Schutter, O., y Mattei, U. (2019). *Routledge handbook of food as a commons*. Londres, Nueva York: Routledge.
- Vollan, B. (2012). Pitfalls of Externally Initiated Collective Action: A Case Study from South Africa. *World Development*, 40(4), 758–770. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2011.09.016>
- Vorley, B. (2003). *Food Inc. Corporate concentration from farm to consumer*. Londres: UK Food Group.
- Walters, M. (2006). *Social research methods: an Australian perspective*. Victoria: Oxford University Press.
- Warde, A. (2016). *Consumption: A sociological analysis*. Londres: Springer.
- Weller, S. C., Vickers, B., Bernard, H. R., Blackburn, A. M., Borgatti, S., Gravlee, C. C., y Johnson, J. C. (2018). *Open-ended interview questions and saturation*. *PLOS ONE*, 13(6), e0198606. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0198606>
- Wezel, A., Herren, B. G., Kerr, R. B., Barrios, E., Gonçalves, A. L. R., y Sinclair, F. (2020). Agroecological principles and elements and their implications for

- transitioning to sustainable food systems. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 40(6), 1-13.
- Winter, M. (2003). Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 23–32. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00053-0](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00053-0)
- Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación. *Serie Documentos de Trabajo*, (296). Buenos Aires: Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA). <http://hdl.handle.net/10419/84390>
- Yin, R. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications,
- Yu, L., Schach, S., Chen, K., & Offutt, J. (2004). Categorization of common coupling and its application to the maintainability of the Linux kernel. *IEEE Transactions on Software Engineering*, 30(10), 694–706. <https://doi.org/10.1109/tse.2004.58>
- Zaghi A. y Bono P. (2011). La distribuzione del valore nella filiera agroalimentare italiana. *Agriregionieuropa*, 27(7), 5-9
- Zamagni, V. (1987). ¿Cuestion meridional o cuestion nacional? Algunas consideraciones sobre el desequilibrio regional en Italia: Con especial referencia a los años 1861–1950. *Revista de Historia Económica / Journal of Iberian and Latin American Economic History*, 5(1), 11–29. <https://doi.org/10.1017/s0212610900014853>
- Zambrana Pineda, J. F. (2006): *El sector primario andaluz en el siglo XX*. Sevilla: Instituto de Estadística de Andalucía.
- Zapiain Aizpuru M. T. (2013). Reflexiones identitarias en el territorio contemporáneo. La construcción colectiva de lugar. Caso de estudio de la Vega de Granada. *Cuadernos Geográficos*, 48, 79-108. Disponible en: <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/581>
- Zepeda, L., Reznickova, A., Russell, W.S., y Hettembach, D. (2014). A case study of the symbolic value of community supported agriculture membership. *Journal of Food Distribution Research*, 45 (2), 195–212. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.186932>
- Zhang, Y. (2010). Institutional approach of self-governance on cultural heritage as common pool resources. Vol. 2. *Ebla working paper Software Engineering*, 30(10), 694-706.

ANEXO I: INTRODUCTION.

The study of the commons is a topic of great concern on the part of the academy, both in economics, politics, sociology and anthropology (Bollier, 2008; Barlow, 2004; Barnes, 2006; Helfrich, 2008). The importance of Elinor Ostrom's works (1990), and her achievement of the Nobel Prize in 2009, has fostered interest in the academic field of this object of study, becoming a very prolific field at an international level. Works on the common have historically revolved around common material resources (Gusjoy and Faisal, 2021; Ostrom, 1990; Agrawal, 2014; Ferrando et al., 2021). But the study of the common is not a new field of study. Already in 1859, Marx in his texts on the theft of firewood in the Rhenish Gazette showed his concern for the management of communal resources (Marx, 1983). However, it is not until the first decades of the 21st century when a revitalization of the discussions on common goods is observed, producing "a leap forward" in the research programs related to this subject.

From this time, modifications have been introduced in the understanding and delimitation of the common⁴⁰, not only focusing this field of study on the analysis of material resources such as water, fields or firewood from a forest. With the development of these new studies, the methodology proposed by Ostrom for the study of the common is criticized by a part of the academic literature, considering it inappropriate to study certain commons, until now unobserved, through this methodology and the conception of the common becomes, at a certain point, broader (Harvey, 2012; Bollier, 2008; Macías Vázquez and Alonso González, 2015). In this way, another type of study object arises that the academic literature, based on a terminology coined by Hess (2008), qualifies as

⁴⁰In this doctoral thesis, the terms common, common goods or communal will be used as synonyms.

“new commons”. Within them, it is worth highlighting the genetic material, the new urban institutions or knowledge.

Knowledge as commons, taking into consideration the criticisms alerted to Ostrom's work, it is necessary to frame it within the changes in capitalism that have occurred since the 1970s. In contemporary capitalism, value, far from being based solely on the material part of production incorporates an increasing weight of the immaterial management of product valorisation (Rullani, 2004b; Gorz, 2011). In this transformation where "the immaterial" has a decisive weight in the creation of value, it is where the transmission of knowledge takes on special relevance. It is what academic literature has called post-industrial economy or knowledge economy (Lazzarato, 2002). With the development of this post-industrial economy in which knowledge forms a fundamental part of the development of modern societies, it is necessary to incorporate into the study of commons aspects related to the collective management of immaterial resources, such as knowledge, values or ethics (Rullani, 2004a).

The knowledge economy is an economy of speed: values are not stocks that are conserved over time, but these values decrease with the increase in the speed of exchange processes (Pasquinelli, 2008; Lazzarato, 2012). Diffusion and socialization are two parallel processes that play a key role in the knowledge economy. Knowledge is not only not consumed with use, but is revalued with his use. There is no single way to use knowledge in order to obtain the maximum benefit from it, since each operator must explore the different possibilities of diffusion, socialization and substitution in the supply chain (Rullani, 2004b).

In the context of a post-industrial economy where the generation of value associated with material production increasingly depends on knowledge and other immaterial assets, capitalist elites increasingly resort to strategies based on rentier appropriation to

transform the value produced by knowledge commons into profit. (Vercellone, 2008; Boltanski and Chiapello, 2017). This aspect can be found in multiple sectors, but the field of the agri-food industry deserves special attention. In it, it is necessary to seek an alternative form of knowledge management, not so oriented to material production, but to the values associated with production (Pasquinelli, 2008; Rullani, 2004c). These changes have been producing modifications in food production and management (Macías Vázquez and Alonso González, 2014). Also in governance methods, with the aim of incorporating these immaterial aspects into the valorisation of agri-food products (Rullani, 2004a).

This situation of change is forced, in addition to the changes produced in the capitalist system, by the serious crisis of agricultural income that has been taking place in Western economies, especially in European agriculture (Lamo de Espinosa, 2009). Although the income crisis has its own specific characteristics in each of these countries, they all share a common feature that unites Western agricultural crises, the asymmetry of power (Serres, 2013). While farmers have increasing difficulties in appropriating the value generated by their production, large distribution companies appropriate this value in a rentier manner (Serres, 2013). All this is linked to the current growing trend towards an excessive concentration of commercial intermediation in agri-food markets (Vorley, 2003). In a post-industrial economy, large transnationals manage immaterial resources better than individual producers (Pasquinelli, 2008). The management of immaterial resources becomes a key aspect for the possibility of increasing the appropriation of value by farmers, being a fundamental aspect for the possible overcoming of the aforementioned income crisis (Macías Vázquez and Saavedra Gallo, 2021).

The traditional mechanism of governance of agri-food production collectively in southern Europe (especially in Spain, France and Italy), have been the designation of origin. In

other European countries, such as the Nordic countries (especially Sweden and Norway), this mechanism is still incipient. Originally, designation of origin had a dual objective. On the one hand, protect the income of the producer. On the other hand, solve the problem of information and adverse selection (Pérez-Bustamante, 2005; Cambra-Fierro and Villafuerte Marín, 2009). During the first decades of existence of this mechanism, the objective was fulfilled (Cambra-Fierro and Villafuerte Marín, 2009). This allowed an advance in the commercialization of quality food products (De la Calle Robles, 2002). Despite this, at present, there is a growing difficulty for designation of origin to successfully manage the common immaterial resources associated with production, making it impossible for farmers to appropriate the value generated by production (Belletti et al., 2017; Malorgio et al., 2008). This entails a progressive exhaustion of the income protection mechanism for farmers. While, faced with such a proliferation of stamps, the consumer is not able to distinguish between them due to the associated quality. Does this limitless proliferation of this figure of agri-food government make sense? The designation of origin system as a governance mechanism is losing potential for managing immaterial resources and protecting farmer income. This makes designation of origin figures with limited capacity to adapt to a post-industrial economy.

The decrease in the capacity of protection of income and management of immaterial resources by designation of origin has fostered the emergence of the commonly named Alternative Food Networks (RAA). These immaterial resource management organizations are a critique of the globalized agri-food system (Bidwell et al., 2018b; Ilbery and Maye, 2005). Faced with the difficulty of establishing mediations between the production and consumption of food through designation of origin, consumers and producers create movements that favour dialogue between both parties. In this situation, there is also a decisive exchange of knowledge, values and feelings that can favour other

forms of agri-food governance (Bidwell et al., 2018; De Bernardi et al., 2020). These networks put producers in direct contact with consumers, favouring the interpretation of the meanings associated with material production. This promotes a collective management of immaterial resources that, in the long term, increases the ability to appropriate income by the producer, and may be a possible solution to the agrarian crisis suffered by Western countries.

The objective of this doctoral thesis is to make a synthesis of the exposed conceptual frameworks to analyse the processes of social construction of food quality, as commons, taking into account the multiple actors that participate in them. In order to bring these theoretical frameworks to reality, valorisation pathways are established around agri-food products, identifying the problems of collective action and territorial governance linked to the resignification processes of agri-food productions. It is especially important to analyse the agri-food governance mechanisms with greater implementation on the territory in the countries analysed. On the one hand, designation of origin as a traditional governance mechanism with signs of exhaustion. On the other hand, the alternative forms of social organization around food and food production, in particular, the Alternative Food Networks (RAA).

To achieve this objective, in this doctoral thesis two methodological approaches have been chosen. For the elaboration of the theoretical framework, a thematic analysis of the academic literature on common goods, the knowledge economy and the governance of agri-food systems has been carried out. This thematic analysis has allowed the elaboration of a synthetic model of analysis of the ways of valuing intangible resources. On the other hand, for the analysis of governance figures, the analysis of cases in diverse social and geographical contexts has been chosen as a methodology to achieve the stated objectives.

The case analysis allows us to assume the premises of the investigation from a constructivist and critical ontology and epistemology, interpreting reality from the multiple edges and complexities provided by cases analysed in depth (Patton, 2002; Sarantakos, 2005; Walter, 2006). The application of the constructivist theory in the case studies is due to the bases on which this perspective is based. The data collected is organized based on the theoretical model developed. Constructivism admits that there is no production of knowledge outside of the theories, concepts and methodologies that are used for the construction of the objects of study (Olivé, 1998). This does not lead to relativism but to pluralism. Reality has its origin in social construction and science produces a type of knowledge about it (Retamozo, 2012). Therefore, in this doctoral thesis only an approximation to the truth is made in which the results are constructed based on the data obtained through the different approaches to case studies and the formulated theoretical framework. Case studies, therefore, are an ideal methodology for analysing the broader social and political interactions and influences in each of the selected contexts (Stake, 1995). In particular, the case study is an empirical investigation that studies a contemporary phenomenon within its real-life context, especially when the boundaries between the phenomenon and its context are not clearly evident (Yin, 1994).

In the selection of analysis cases, we can distinguish two large blocks. For the analysis of traditional governance agri-food systems (denominations of origin), case studies have been selected in Sierra Mágina (Jaén, Spain) and Terra di Bari (Apulia, Italy), as they are some of the areas with the highest production of Europe (Rodríguez Cohard and Parras Rosa, 2012). The interest of this selection is that both regions manage the same product differently, but through the same mechanism. While in the Spanish case the appellations of origin still have a large market share, in Italy the sale outside the appellations of origin is increasing.

On the other hand, for the case analysis of alternative agri-food systems, a study with a medium degree of ethical and political commitment of its partners has been selected, within the possibilities offered by the RAA. In this way, the most common type of RAA is analysed within those indicated by the academic literature. This case is the Granada Ecomarket (Granada, Spain). In the Ecomarket, consumers and producers come together in the same institution in order to create fair and healthy food networks for both parties. In this case, the degree of commitment on the part of the consumer is not very demanding. The consumer does not have to be a member of the institution to make purchases, while in other RAA institutions there is a greater degree of commitment. This is a specific case of open-air MPA, in which the rural world is brought closer to the city, allowing these worlds to be reconnected and favouring more harmonious relationships.

In order to develop the proposed research, this doctoral thesis will be structured in nine chapters that are grouped into three parts. On the one hand, chapters 2, 3, 4 and 5 are theoretical discussion chapters. In them, a synthesis is made between common goods, knowledge economy and governance. This part ends with the proposal of a model for valuing intangible resources in a post-industrial economy. On the other hand, chapters 1, 6 and 9 are dedicated to the objectives, methodology and conclusions of the doctoral thesis, respectively. Finally, chapters 7 and 8 present the case analyses.

The first chapter outlines the main and secondary objectives of this doctoral thesis.

In the second chapter, a systematic literature review (RSL) on commons from 2010 to 2020 will be carried out, in which special interest is placed on the new commons. The objective of this systematic review is to know the state of the issue on common goods.

The third chapter analyses the transformations of capitalist society at the level of the knowledge economy that allow us to talk about cognitive capitalism or knowledge-based

economy. This chapter points out the specific characteristics that determine this period, focusing on the agri-food context, a matter of analysis for this doctoral thesis.

In the fourth chapter, the forms of governance associated with food quality, the community governance mechanisms in the framework of the countries analysed and their differences are analysed.

In the fifth chapter, a model for the generation of immaterial value in a cognitive economy is proposed. From this model, it is possible to establish ways of valuing agri-food products resulting from the combination of the theoretical frameworks on common goods, knowledge economy and governance of agri-food products.

In the sixth chapter, the methodology used in the doctoral thesis is detailed. The methodological particularities of each of the case studies and the methodological characteristics common to all of them are pointed out.

The seventh chapter analyses the traditional systems of governance of agri-food products. To this end, two designation of origin (one in Spain and one in Italy) producing olive oil are analysed, through the model proposed in chapter four.

The eighth chapter discusses an alternative food governance institution through the RAAs. In particular, the most important MPA in Granada is analysed using the proposed value generation model.

Finally, in chapter nine a summary of the doctoral thesis is made. The conclusions of the doctoral thesis and the future lines of research are also pointed out in this chapter.

It is important to point out that the case studies included in this doctoral thesis have been published or are in the process of peer reviewed

Thus, the study about the oil in Sierra Mágina is under peer review in the journal " Food, Culture and Society " indexed in the JCR (Q3) together with Professor García-Quero. Part of this case study has been incorporated into an analysis of different symbolic capital management experiences in the article called "Symbolic capital management and rural development: comparative analysis of European and Latin American experiences " published in the "Revista Austral de Social Sciences" indexed in SJR (Q3) together with Professor Macías Vázquez.

The Terra di Bari study has been presented at the XVIII International Congress on Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability held in Granada. It is also in the process of peer review in the magazine "Perfiles Latinoamericanos".

Two different works have been published from the field work carried out in the Granada Ecomarket . First, during an exploratory phase, the Granada Ecomarket was analysed from a perspective of new conceptual commons, following the approach and methodology proposed by Elinor Ostrom. This work has been published under the title "New commons for ecosocial transformation: The case of the Granada Ecomarket " in the "Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)", indexed in SJR (Q2). Subsequently, a new approach to the field and more field work were carried out to improve the robustness of the information. In this study, instead of an approach from the Ostrom commons perspective, the theoretical framework developed within the framework of the National project and in this doctoral thesis was applied. This work has been published in the journal "Journal of Agricultural and Environmental Ethics" indexed in JCR (Q1).

The preparation of this doctoral thesis is the result of the work carried out during the predoctoral research contract (former FPI scholarship) in charge of the project "The social construction of food quality: Mediations between production and consumption in a

knowledge-based economy" (CSO2017 85188-R). The project has been financed by the Ministry of Economy and Competitiveness of the Government of Spain.

The reason for the elaboration of this monograph is none other than the elaboration of a complete manuscript, which groups all the works carried out during this time. All of them share the same line of work that has been developed in recent years as a result of the aforementioned contract. It is considered necessary to group all of them under the developed theoretical framework, in a single text, which favours the understanding of each part and allows a deeper analysis of the analysed issue.

I consider it important in the training of a doctoral student to face the task of systematizing and preparing a monograph of this style. It is, therefore, in addition to a memory to opt for the title of doctor, a synthesis exercise that allows this candidate to improve their expository and analytical capacity. These skills are developed in different ways in the writing of articles for journals.

CHAPTER 9. SUMMARY, CONCLUSIONS AND FUTURE LINES OF RESEARCH.

9.1. Summary

Studies on the sustainable development of territories and the management of natural resources have been a field of enormous academic interest in recent decades (Ostrom, 1990; Agrawal, 2014; Ferrando et al., 2021; Gusjoy and Faisal, 2021). With the development of a post-industrial economy, in which the management of immaterial resources becomes increasingly important (Pasquinelli, 2008; Lazzarato, 2012), the management of material resources is a necessary but not sufficient condition to achieve sustainable development (Fernández-Fernández et al., 2015; Alonso González, 2014; Zepeda et al., 2014). Immaterial resources play a more structural role in the valorisation processes of productive activities, which predicts that their collective management will have a positive impact on sustainable development, together with the management of local material resources (Comaroff and Comaroff, 2009; Callon, Méadel, and Rabehariosa, 2002).

In order to analyse the creation of value in a post-industrial economy, in this doctoral thesis, two methodological approaches have been chosen. For the elaboration of the theoretical framework, a thematic analysis of the academic literature on commons, the knowledge economy and the governance of agri-food systems has been carried out. This thematic analysis has allowed the elaboration of a synthetic model of analysis of the ways of valuing immaterial resources. On the other hand, for the analysis of governance figures,

the analysis of cases in diverse social and geographical contexts has been chosen as a methodology to achieve the stated objectives.

Given the development of a post-industrial economy, it is necessary to make a proposal for the analysis of immaterial resources, since the generation of value in an economy of this type is not limited to the simple management of material resources. Thus, taking Rullani (2004a, 2004b) as a reference, a qualitative model of value creation in a knowledge economy is proposed based on three elements: the capacity of interpretation by consumers of the meanings incorporated in the material production of food, the number of times these meanings are propagated and replicated, and the appropriation capacity of the value generated among the different actors that participate in its production and maintenance. To these three elements we should highlight the incorporation of cognitive mediators. Once said value generation model has been built, two governance figures for food quality are analysed.

The traditional form of governance of agri-food quality in Western economies (especially in Europe) has been marked by protected designations of origin. In a knowledge-based economy, some worrying facts have been detected that could indicate the exhaustion of this instrument as a unifying element, with the capacity to value agri-food products. In this doctoral thesis, the lack of organizational innovation at the collective level is highlighted, which prevents the correct appropriation of value by local communities through the implementation of these quality seals. It should not be forgotten that the designation of origin seals has favoured the improvement in the perception of consumers of the quality of the product. This has allowed the segmentation of the agri-food market around quality, where designation of origin seals have played a very important role (Valceschini and Nicolas, 1995; Eymard-Duvernay, 1995). Currently, this quality seal (DOP) is losing its capacity to be a differentiating element of quality, mainly due to the

lack of innovation within them. The consumer has increasing difficulty in distinguishing between such a large number of designations of origin, sometimes with great product similarities. This dynamic warns us of the possibility that designation of origin are not the best instrument for the valorisation of products in a post-industrial economy. Production and consumption are social acts that require the generation of meanings, values and senses that only acquire value when shared. If consumers stop understanding these meanings or they do not have value for them, the valorisation of agri-food products through this instrument faces great difficulties. It is true that the consumer values designation of origin as a quality validation system, with certain production standards. But it happens that, at present, innovative forms of production incorporate large doses of quality without the need to belong to a protected designation of origin.

By not favouring the appropriation of value, producers have intensified their crops in order to maintain their monetary income. This situation has resulted in a deterioration of food and environmental quality. The cause of this deterioration is due to the use and increase of phytosanitary products and more industrialized production styles. As a consequence of this increase in the use of phytosanitary products, the collective management of material resources is also threatened. The protected designations of origin that emerged against this industrialization of food (Valceschini and Nicolas, 1995) are increasing their capacity to industrialize the entire production process.

The designations of origin, far from making an effort to get closer to the consumer, maintain an obsolete marketing strategy. Although some of them are making efforts to open new markets, local consumers do not consider the products generated by these elements as higher quality food and often have difficulties understanding the labels (Bureau and Valceschini, 2003). Foods produced outside the PDO are often perceived as products with greater authenticity and quality (Boltanski and Chiapello, 2002). Local

contexts are becoming increasingly demanding with designation of origin. Meanwhile, designations of origin are concerned about the generation of mass markets in international trade. These international markets are taken over by large transnationals that appropriate local meanings (techniques, forms of production, originality) and manage them more effectively than designations of origin. As if that were not enough, within the wholesale market (mainly with bulk sales) the PDO seal loses all its value. This situation hinders the appropriation of value by local communities and favours rentier appropriation by large distribution transnationals. A possible path of resurgence would be to establish a greater interest in the management of immaterial resources associated with material production, implementing a more innovative marketing strategy. This would allow PDOs to establish themselves as validating cognitive mediators, facilitating their adaptation to a post-industrial economy. The establishment of new connecting court mediations (chefs) may be an appropriate strategy.

After the difficulties to successfully collectively manage immaterial resources, in order to be able to value food products, the RAAs arise on the part of the PDOs. They are spaces for the consumption of mainly organic, local and seasonal food through short food chains (SFC). The success of these networks lies in the proximity of producers to consumers, favouring the exchange of experiences and knowledge. They are established in this way as cognitive mediators, allowing a better communication of the meanings associated with the material production of food. Producers, through an ethical rhetoric (Boltanski and Chiapello, 2002), sell, in addition to local products, a series of values such as environmentally sustainable management, respect for the times of nature, maintenance of the producer's living standards (Roselli et al., 2018) or the connection of cities with rural areas (Jarosz, 2008). As a result of consumers' greater knowledge of the forms of production, and of the collective management of these immaterial resources, these

networks can become a brake on the rentier appropriation of the value that is generated in local contexts, thus favouring endogenous development (Di Masso Tarditti, 2013).

9.2. Conclusions and future lines of research.

This section presents the conclusions reached with the development of this doctoral thesis. This section has been structured into four large blocks in order to provide some keys and some lines of future research in each of them.

- 1- The first block of conclusions is dedicated to the new commons. Despite the systematic literature review on new commons, this section needs to be updated up to the present time.
- 2- The second block collects the conclusions of the analysis on post-industrial economy and the different spheres on which it affects. The limitation of this analysis lies in the need to apply this reference framework to other sectors such as work or the economic development of societies.
- 3- The third block concludes on the traditional systems of agri-food governance, in particular, the designations of origin. The limitation of this case lies in the need to incorporate data on the consumer's perspective.
- 4- The fourth block presents the conclusions of the study of Alternative Food Networks. The limitation of the study is in the number of initiatives analysed.

The new commons and the need to go beyond the management of material resources.

In this doctoral thesis an analysis of the studies related to the commons has been carried out. In this sense, it has been verified that most of the studies related to this field of study are based on the material management of natural resources. Generally, in the academic literature, sustainable development has been related to material management while immaterial resources have been left in the background. Thus, despite the enormous influence of Ostrom's work (1990), the development of studies on new commons is necessary. Examples of these new objects of study can be the innovations that have arisen in the city such as urban gardens or spaces for shared creation, cultural heritage, knowledge or food. The new commons have a special characteristic, since they are much broader and of a different nature among them. A new treatment, different from the IAD methodology proposed by Ostrom, is required. This framework of analysis continues to be the reference for many authors whose object of study focuses on material resources. These new commons share a common feature between them. They are goods that, far from being consumed when they are used, are revalued with use (Macías Vázquez and Alonso González, 2014; Pasquinelli, 2008; Vercellone, 2008). In this doctoral thesis, an analysis of knowledge and food has been carried out as part of these new commons. Knowledge plays a particularly important role in a post-industrial society. A society where the mechanized production of products is replaced by the production of knowledge, the productions are more heterogeneous, and the immaterial nature of production becomes hegemonic, a fact that rescues the possibility of producing without the need for the means of production supplied by the capital (Blondeau, 2004; Cocco and de Oliveira, 2009). It is necessary to advance in the new conceptions of the common and apply new analytical frameworks to the new objects of study, putting a greater focus on immaterial

resources that currently have a greater weight in the generation of value of material production.

As a future line of research, it is necessary to update the status of the systematic review. To do this, it is necessary to carry out new searches from 2020, adding new articles published in the field of commons, focusing on knowledge and food as commons. An interesting debate for future research could be the in-depth analysis, through the framework established by Kuhn and Lakatos, if the field of study of the commons has undergone a scientific revolution. For this purpose, it is interesting to see how the reference framework of the studies of the common has changed over a decade, verifying that the IAD approach has suffered a great deal of wear and tear. This framework of analysis is increasingly inadequate for the analysis of the new commons.

The incorporation of the management of intangible resources in the processes of value creation in a knowledge-based economy.

As has been argued in this doctoral thesis, the management of material resources for development is a necessary but not sufficient condition. It is necessary to incorporate the management of intangible resources collectively. The valorisation of production in a knowledge-based economy depends, therefore, on both spheres: material resources and immaterial resources. Within these immaterial resources is knowledge, which generates value through dissemination. Without this diffusion, knowledge is useless. The creation of knowledge and its expansion is one of the main ways of generating value in societies that have reached a higher level of material development, mainly Western societies.

In the knowledge economy that has developed in recent decades, it is as important to know the material production processes that take place in the community, as it is to

analyse the immaterial dimension of the valorisation processes and the role played by each of the actors in process. Faced with the neoliberal conception of the territory, it is necessary to take into consideration the factors that determine the territorial capacity for value appropriation, since territories are not mere merchandise (Marazzi, 2008; Vercellone, 2008; Lazzarato, 2011). It is of special interest to know the way in which value is generated in knowledge-based economies, but also to know the vulnerabilities that make it difficult for local communities to appropriate the value generated through the production of goods, especially agri-food products.

In this sense, a model of value generation in a post-industrial economy has been proposed, following the contributions of Rullani (2004a; 2004b). Based on three drivers, it is possible to analyse the way in which value is created through intangible resources. Cognitive mediators and the inclusion of ethical values are variables that can favour the valorisation of agri-food products. This model makes it possible to analyse the strengths and weaknesses of the different agri-food governance mechanisms. With this analysis, new ways of valuing agricultural production in a post-industrial economy are pointed out. As a future line of research, it is of special interest to analyse this new stage of capitalism in different fields. One of the most striking may result from the analysis of wage labour in cognitive capitalism. The labour and social conditions have been totally modified with its development. Large numbers of jobs are forced to disappear and be replaced by machines. An analysis of the labour market from the perspective of cognitive capitalism is necessary, following the work carried out by Vercellone (2008) and Lazzarato (2007). It is equally interesting to analyse how this knowledge-based capitalism affects the development of societies. The research question for this analysis could revolve around the idea of whether this cognitive capitalism, far from favouring convergence between countries, increases economic inequalities between countries along the lines of Corsani

(2004). For this, it is necessary to delve further into section 3.3 of this doctoral thesis, adding a new broader theoretical-documentary review.

The designations of origin and the difficulties for the appropriation of the generated value.

In this doctoral thesis, two protected designations of origin (PDO) producers of extra virgin olive oils have been analysed, as a traditional system of governance of food quality in Southern Europe. In the first place, the protected designation of origin “Sierra Mágina”, Jaén (Spain). The appropriation of value by producers in this PDO is very low. The production of this PDO is of very high quality in terms of material. However, the collective immaterial resources associated with this production are barely managed. This lack of communication of meanings and values makes the direct sale of oils to the final consumer very complicated. The sale of most of the oils to the large bulk food distributors is compulsory. The result of bulk sales to large distributors, at a lower price than bottled, there is a rentier appropriation of the value generated by the meanings contributed to material production over many years by the local community. These large distributors are very knowledgeable about the markets and the management of the immaterial resources necessary for direct sales. Despite the efforts of the PDO and local entities for the promotion of oils, a greater commitment to communication and the transmission of meanings collectively is necessary. In this regard, a candidate for the transmission of these meanings locally may be to collectively promote olive oil tourism. Far from continuing to maintain such high production levels, a greater commitment to higher quality oils, with greater prestige in international markets, is necessary. They are much easier oils to sell on the market, at a higher price, despite a lower production yield. The problem in Sierra

Mágina is still the difficulty in placing the product on the market, largely as a result of the number of litres of oil produced. It is important to associate olive oil with ethical and healthy values, as the Provincial Council is trying to do. However, it is difficult to make this association due to the culture of the area, intensive in phytosanitary products. A candidate to promote the ethical and healthy values of PDO production may be the production of organic and early production oils.

Secondly, the protected designation of origin “Terra di Bari”, Apulia, (Italy) is analysed, where the situation seems quite similar to “Sierra Mágina”. There is a rentier appropriation of value by large distributors of olive oil, both in Apulia and Tuscany. The large oil distributors, such as Sanctis, buy the oil at a much lower price than what is subsequently sold on the market. In the case of the PDO Terra di Bari, most of the oil produced is sold through large distributors, both nationally and internationally. This sale leaves without the possibility of appropriation of the value by local producers who see how the value of production goes to other geographical areas. As in the case of Sierra Mágina, in the Terra di Bari production area there is a high production of olive oil. The spread of local meanings is much greater. Taking into account that the Italian consumer has a greater preference for the oil produced in their territory, these oils have great notoriety in the local context (Bureau and Valceschini, 2003). Despite this, the designation of origin is not a differentiating element that enjoys special importance and reputation for producers. In the case of Terra di Bari, the producer pays per label, causing a disincentive to oil certification. This derives from the little importance that the consumer gives to the DOP seal. The brand of the commercial distributor or the knowledge of the specific context of production acquires greater importance, since many of the oils sold in Bari come from mills with a great reputation. This means that the producer has decided to abandon production under the PDO and produce according to their own rules. In this

way they do not face the price of the stamp, reducing costs. This situation favours the Italian producer being able to experiment with new oil extraction techniques (as mentioned in chapter 7, for example, with ultrasound) that favour higher quality oils in relation to those produced using traditional techniques.

The two cases analysed highlight the great difficulties faced by PDOs as a governance mechanism for intangible resources in the current situation. These difficulties for the management of intangible resources are leading local producers to a situation of income crisis that can hardly be resolved with old instruments, such as the simple management of material resources or the opening of new markets with old meanings.

In both cases, it has been detected that despite the appellations of origin having detected this deep crisis, the changes produced in the olive oil marketing and distribution system are produced slowly. Although the approach to the consumer is valued as especially important, the truth is that in both denominations such a mission is not being fulfilled. This hinders the mediation between production and consumption, hindering the propagation of meanings associated with material production. This is due to the scant adaptation, at this time, of appellations of origin to a post-industrial economy. A possible framework for them may be to act as a validator-type cognitive mediator, establishing connections of a connecting and systematizing nature with other local agents. This would allow a greater diffusion and recontextualization of local meanings. It is necessary to connect ethical and healthy values to material production. The most direct consequence of this situation is the difficulty in appropriating value and a serious crisis in agricultural income.

As a future line of research, it is necessary to incorporate the management of intangible resources into studies on agri-food economics, taking into account material resources.

Therefore, local development problems should be approached starting from structural features at the macroeconomic level. Alternatives to the “big brother” economies (Lanier, 2014), and self-centred at the local level, must be sought. The use of ethical values as one more attribute of an economic activity or as a marketing element should be avoided. On the contrary, ethical values must be embedded in the consumer, incorporating them into the laws of production and consumption of agri-food products, promoting short channels and local consumption compatible with local sustainable development. It is necessary to increase the amount of field work for the analysis of appellations of origin, especially from the consumer side. Although it is a line of work that is beyond the objective of this doctoral thesis, it would be interesting to collect information on consumer behaviour regarding appellations of origin and their assessment of them. Consumer behaviour and their willingness to pay for quality labels is a very prolific field of academic study at an international level. It is necessary to expand the field of study of these figures throughout the European continent. As pointed out in this doctoral thesis, the PDO governance figure is a purely Mediterranean element of protection (Spain, Italy and France). It is interesting to study the increasing implementation of these figures in the Nordic countries, the United Kingdom and those of the former USSR. This would allow us to see the different adaptation to a post-industrial economy of this figure and how the territorial scope affects it. Analysis in different realities can be really enriching.

On the other hand, given the changes in the Community Agrarian Policy (PAC), it is interesting to analyse how these changes can affect the governance mechanisms of agri-food management. Due to the European situation, countries such as Spain or Italy will see their aid to agriculture reduced in the coming years. It will be interesting to analyse how this situation can change the way in which agriculture is carried out in these countries, especially through the mechanism of appellations of origin. Perhaps the

mechanism of self-managed agriculture based on agroecology, which collectively manages intangible resources, could be a possible way of expanding community agriculture in the face of the changes that are coming in the CAP. Therefore, it is interesting to monitor appellations of origin once the changes in the CAP have been applied in order to know their effects and the possible modifications that result from them in the productive sphere.

Alternative food networks as an instrument for the collective management of intangible resources.

In Western societies, with an epicentre in Europe, these forms of collective management that combine the management of both material and immaterial resources are proliferating. In this doctoral thesis an RAA initiative has been analysed. In particular, an MPA has been taken as a reference. This specific figure of RAA is the most prolific in the European territory and can expand to more and more territories, being also common in large areas of Latin America.

In this doctoral thesis, the Granada Ecomarket, in Granada (Spain), has been analysed. A space for the collective management of material resources (La Vega de Granada) and immaterial resources. In this initiative, it is born from the union under the same institution of organic food producers and consumers interested in quality products and proximity. Both, both producers and consumers, are part of the organization at the same level, paying fees for its maintenance. The Ecomarket is based on a great ethical commitment of consumers and producers. In this case, cognitive mediation occurs both in the act of purchase (the consumer in direct contact with the producer can request first-hand information and resolve their doubts) and in the different training courses that take place

during the celebration. It favours the rapprochement of consumers and producers, improving the dissemination of knowledge whose weight is very important in the day to day of the institution. However, consumers can purchase products without belonging to the Ecomarket as members, despite the fact that most attendees end up joining. It is a consequence of the high degree of commitment on the part of the consumer who participates in this initiative. The maintenance of the material resource is carried out from the collective management of intangible resources, such as the commitment of producers to environmentally sustainable land management. The Ecomarket is in good health, so much so that Granada's citizens are increasingly requesting a more frequent celebration. The case of RAA analysed acts as a validating cognitive mediator that connects production and consumption, favouring consumer knowledge about the products they purchase. In addition to this knowledge, producers also share experiences and advice with consumers, creating a space for cultural and symbolic exchange (Hassanein, 2003). This form of consumption adapts more effectively to the post-industrial economy. The reason is that the immaterial meanings associated with the material production of food are better diffused from a local sphere (Friedman and McNair, 2008). The knowledge associated with local practices of authenticity (Boltanski and Esquerre, 2017) is spread faster and more efficiently through the continuous mediations and approaches of the consumer to the food producer (Rullani, 2004b), a fact that can favour consumption informed by part of the consumer. This knowledge, on the part of the consumer, of the processes carried out by the producer in the preparation of food can benefit a greater predisposition to pay a higher price (Salazar-Ordóñez, 2021; Roselli et al., 2018) for the products. agri-food products. Therefore, the management of intangible resources associated with the material production of food is of special importance. One of the important aspects to be developed by these RAA is the management of ethical values associated with material production.

Ethical values are more developed in organic production, since this production is associated with higher levels of quality and health. This situation may be a possible solution to the income crisis facing Western farmers, especially Europeans.

Regarding future lines of research that are of special interest, it is necessary to monitor the RAA as a mechanism to overcome the crisis of agricultural income at a European level. In particular, after the modifications carried out in the CAP.

It is important to point out that, given this European situation, it is possible that the phenomenon of suffering of appellations of origin may accelerate. One of the aspects that has changed food consumption patterns in the last two years has been the COVID-19 pandemic. It has been observed, throughout the different approaches of this doctoral thesis to the field, that consumers increasingly demand local and superior quality food. This is the result of concern for health. With the reconnection of citizens with the rural environment that took place during the months of confinement, it is necessary to analyse how the RAA can become a channel for the desire of consumers to be closer to the production processes. It is also of special interest to analyse more RAA experiences in other different geographical contexts, such as the Nordic countries or the United Kingdom. This desire, which was already occurring with the development of cognitive capitalism analysed in this doctoral thesis, has been accelerated due to the effects of the pandemic. The academic literature agrees that online commerce has increased in the last two years (García-Madurga et al., 2021) and it is interesting to see how farmers adapt their sales processes to this new situation and its connection with capitalism. cognitive. It is also necessary to monitor consumer motivations to participate in RAAs and it is especially important to carry out more field work in some of the RAAs. The objective of this new fieldwork is to analyse new dynamics that emerged during the pandemic and

some aspects pointed out during this doctoral thesis that require greater depth to fully understand these phenomena. Special interest lies in the motivations of farmers and consumers to participate in RAA, a greater knowledge of the consumer and more durable and stable participant observation processes.

It should be noted that exploratory approaches have been carried out in two other RAAs. An agroecological cooperative as a case of ASC and a market for organic products with a kitchen. There are different initiatives with different degrees of commitment on the part of producers and consumers. These approaches have not been included in this doctoral thesis because they are not at a sufficiently mature stage to be presented in this monograph. Therefore, it is necessary to continue with the field work started in these institutions.

ANEXO III: AUTOR, AÑO, MÉTODO, TAMAÑO DE LA MUESTRA, PAÍS, CONCLUSIÓN PRINCIPAL Y TIPO DE NUEVO COMÚN DE CADA ARTÍCULO SELECCIONADO EN LA REVISIÓN SISTEMÁTICA.

AUTOR/ES	AÑO	MÉTODO ⁴¹	MUESTRA	ÁREA	PAÍS	CONCLUSIÓN PRINCIPAL	TIPO DE NC
Rogge & Theesfeld	2018	Entrevistas para ver si se cumplen condiciones Ostrom	22 comunidades	Europa	Alemania	Hay distintos niveles de colectividad en el manejo de los jardines comunes en esta región	NC crítico sistema Ostrom
Polman, Poppe, van der Schans, & van der Ploeg	2011	Observación antropológica	1 región	Europa	Holanda	La agricultura europea no requiere subsidiar los bienes públicos que se producen de todos modos, sino invertir en recursos comunes con mercados anidados que son específicos de lugar y redes.	NC crítico sistema Ostrom
Yan	2010	Aplicación de la teoría Ostrom	12 sitios culturales	Asia Pacífico	Países programa LEAP	Propone la solución de Ostrom para el manejo del patrimonio cultural en contraposición de las demás teorías.	NC temático
Bäckman	2011	Aplicación de la teoría Ostrom utilizando datos oficiales	1 cooperativa	Europa	Noruega, Dinamarca, Finlandia y Suecia	Concluye que el caso del sistema eléctrico de Nordic puede ser considerado un común.	NC temático
Colding, Barthel, & Ernstson	2013	Etnográfico	60 jardines comunes	Europa y Sudáfrica	Suecia, Alemania y Sudáfrica	Los jardines urbanos reconectan las ciudades con la naturaleza y son claves para reorganizar la vida en las mismas	NC crítico sistema Ostrom
Lacroix & Richards	2015	Descriptiva	1 política	Europa	Reino Unido	Hallan que los principios de Cox et al. (2010) pueden ser aplicados para el	NC crítico sistema Ostrom

⁴¹ En capítulo 2 se detalla la clasificación de la metodología de los artículos seleccionados.

						estudio de políticas medioambientales.	
Epstein, Pérez, Schoon, & Meek	2014	Descriptiva con análisis de políticas.	1 política.	Global	Global	Utilizan el marco de Ostrom y sus principios para el análisis del protocolo de Montreal.	NC temático
Tsavdaroglou & Kapsali	2014	Etnográfico-Descriptiva desde una perspectiva marxista.	Procesos creados por la sociedad civil	Europa	Grecia	Argumentan que tanto las prácticas formales como informales mejoran la vida de la sociedad y están cargadas de poder.	NC crítico sistema Ostrom
Franzen, Kinell, Walve, Elmgren, & Soderqvist	2011	Modelo de simulación consistente en la combinación de escenarios	26 participantes	Europa	Suecia	Esperan la experiencia de colaboración con los usuarios sirva para una mayor participación en la gestión del agua en el futuro.	NC temático
Melville, Christie, Burningham, Way, & Hampshire	2017	Proceso etnográfico	12 participantes	Europa	Reino Unido	Los resultados de este estudio mostraron que la comunidad y Los enfoques comunes podrían ser una herramienta poderosa para una buena gestión.	NC temático
Fuster Morell	2014	Descriptiva	4 plataformas digitales	Global	Global	Los recursos comunes generados no solo deben considerarse de acuerdo con la forma en que se proporcionan (acceso abierto) y la propiedad (propiedad), sino también cómo se producen. En otras palabras, las condiciones de producción y el control sobre los medios de producción es una cuestión muy relevante.	NC crítico sistema Ostrom
Brandsen & Helderman	2012	Etnografía	Distintas cooperativas	Europa	Alemania	Las cooperativas alemanas estudiadas	NC crítico sistema Ostrom

			as de vivienda			son muy buenas y estimulan la movilización de los residentes a participar en la acción colectiva.	
Cominelli	2011	Etnográfico	60 entrevistas de artesanos, políticos y organizaciones	Europa	Francia	El enfoque de los comunes reclama la participación de la comunidad, en todas sus formas con la riqueza de habilidades y conocimiento que esto supone.	NC crítico sistema Ostrom
Hudon & Meyer	2016	Entrevista cualitativa	18 entrevistas.	América Latina	Brasil	Se concluye que es posible la consideración de los servicios financieros como comunes pero que tienen elementos de comunes y bienes privados.	NC temático
Łapniewska	2017	Descriptivo	2 organizaciones	Europa	Polonia	Es una invitación a pensar los comunes urbanos en Polonia y acciones colectivas.	NC temático
Hagedorn & Reuswig	2011	Descriptivo	4 de institucionalización de la política climática local	Europa e India	Alemania e India	Hay una preocupación global por el clima y eso se traduce en políticas para combatir el incremento de la temperatura global.	NC temático
Barrera Algarín, Sarasola Sánchez Serrano & Malagón Siria	2017	Etnográfico	82 encuestas de 4 comunes distintos.	Europa	España	La existencia de iniciativas de base local y comunitaria, estructuradas en la participación, autogestión, cooperación, etc., que nacen y se desarrollan como contrapeso a una situación de crisis económica, en el contexto de la globalización neoliberal	NC crítico sistema Ostrom
Del Viso,	2017	Descriptivo-	2 estudios	Europa	España	Se producen nuevas	NC crítico sistema

Fernández Casadevante, & Morán		Etnográfico	de huertos urbanos			relaciones en los vecindarios, mediadas por el huerto y se produce una inserción de la “comunidad” en redes de movilización a escala urbana e interurbana.	Ostrom
Letelier, Micheletti, & Vanhulst	2016	Descriptivo	Barrios como comunes	Global	Global	En los casos de articulación vecinal que hemos revisado se observa un conjunto concertado de acciones que progresivamente van instituyendo una nueva manera de definir y relacionarse con el espacio vecinal, en la cual lo común surge como resultado de una praxis instituyente y genera a la vez nuevas formas de gobernanza	NC crítico sistema Ostrom
Bradley & Pargman	2017	Descriptivo	3 ejemplos de economía colaborativa	Global	Global	Este artículo muestra que los bienes comunes contemporáneos, situados en un contexto globalizado, urbanizado y digitalizado, se diferencian de los recursos naturales tradicionales de varias maneras: en términos del carácter del recurso que se comparte, qué es exactamente "escaso", las barreras de entrada y salida, la confianza en el recurso y en cómo se formulan y mantienen las reglas.	NC temático
Łapniewska	2014	Revisión literatura	Feminismo	Global	Global	El trabajo colectivo y el gobierno de los comunes, como marco	NC temático

						organizacional alternativo podría convertirse en un fenómeno representativo desde el punto de vista de la economía feminista.	
Donnelly	2014	Descriptivo	Deporte	Global	Global	El deporte debe ser tenido en cuenta por la política y la economía como una demanda social que es reclamada como bien común.	NC temático
Alonso González, Fernández Fernández, & Macias Vázquez	2016	Descriptivo	1 iniciativa	Europa	España	La producción de conocimiento y la riqueza del patrimonio inmaterial aumentarían, los beneficios y las pérdidas serían socializados por igual por los sectores público y privado, y las comunidades podrían restablecer su conexión con los bienes del patrimonio y asegurar su protección como bienes reproducibles, no rivales y no excluibles.	NC crítico sistema Ostrom
Keller	2018	Descriptivo	150.000 miembros	Asia	Korea del Sur	Pretende a través de este trabajo que los participantes sean conscientes de que su comunión es de algún tipo con movimientos de desobediencia contra el capital y la autoridad.	NC crítico sistema Ostrom
Matisoff & Noonan	2012	Aplicación marco Ostrom.	298 usuarios administradores	América	Estados Unidos	A pesar de que no cumplen algunos principios de Ostrom, este parque de perros parece tener buena salud en su operatividad.	NC temático

Rabinowitz	2012	Exploratorio etnográfico	109 estudiantes	Oriente Medio	Israel	El espacio residencial es cada vez más importante y puede considerarse un común.	NC temático
Mansell	2013	Descriptivo	Crowdsourcing	Global	Global	El crowdsourcing es una nueva forma de común y que es una forma de seguir adelante con la línea propuesta por Ostrom.	NC temático
Robson, Sinclair & Diduck	2015	Exploratoria-Cualitativa-interactiva adaptativa	23 usuarios	América	Canadá	El estudio muestra instituciones comunes que emergen a través de procesos sutiles de construcción individual y social, que involucran diferentes conjuntos de entendimientos, intenciones, valores y prácticas compartidos.	NC crítico sistema Ostrom
Ros-Galvez & Rosa-Garcia	2015	Etnografía	200 voluntarios	Europa	España	Este experimento arroja luz sobre cómo funcionan los foros de Internet y proporciona continuamente un bien público generado de forma totalmente privada.	NC temático
Marshall	2015	Adaptación de Ostrom a la ecología	Sistema socioecológico	Global	Global	Propuesta de un nuevo marco de referencia en el que propone enriquecer el sistema socio ecológico con el marco de Ostrom.	NC temático ⁴²
Hoh, Chin Siong & Hishamuddin Mohd	2016	Cuantitativo	172 residenciales	Asia	Malaysia	La gobernanza de los bienes comunes, en el sentido de que algunos atributos institucionales están significativamente correlacionados con la calidad de del espacio público abierto.	NC temático

⁴² También propone una revisión de Ostrom, pero en esencia pretende incorporar el Sistema Socio Ecológico al sistema Ostrom, cosa que la propia Ostrom ya hizo.

Lobo, Vélez y Puerto	2016	Descriptivo	Una región	América Latina	Colombia	Estudian el caso de Ecomanglar, una empresa desarrollada dentro de un régimen institucional de propiedad colectiva supuestamente conducente a la acción colectiva que se basa fuertemente en compromisos de cooperación compartidos.	NC crítico sistema Ostrom
Travis Selmier II	2016	Descriptivo	Banca	Global	Global	Argumentó que los bancos deberían aplicar proactivamente los conceptos de ética empresarial y de la teoría de los comunes.	NC temático
Bollig	2016	Etnografía	102 entrevistas	África Subhariana	Namibia	A pesar de estas restricciones, las conservaciones se han extendido rápidamente en el noroeste de Namibia. Obviamente, no solo desempeñan un papel en la definición y facilitación del uso de un (nuevo) recurso común.	NC crítico sistema Ostrom
Merino & Cendejas	2017	Descriptivo	Utiliza el enfoque de Johan Galtung sobre paz y añade la teoría del común.	América Central	México	Aplican la duda en las panaceas preestablecidas a los procesos de construcción de paz, haciendo que se reparen los impactos de la violencia en diferentes espacios y escalas.	NC temático
Norbutas & Corten	2018	Cuantitativo	4818 miembros de Facebook	Global	Global	El comportamiento free-riding puede dañar la sostenibilidad en el largo plazo en los grupos de internet.	NC temático
Correa, Blanco-	2018	Cualitativo	Diferentes actores	América	Chile	Observan cómo un proceso que comenzó	NC crítico sistema Ostrom

Wells, Barrena & Tacón			escogidos durante 15 años.			como una iniciativa de vecindario, orientada a mejorar la calidad de vida en el área, se ha convertido en un proyecto político, cambiando las regulaciones municipales que podrían mejorar la protección de los humedales y también aumentar la participación de los actores sociales en el proceso de toma de decisiones a gran escala de la ciudad.	
Vivero Pol	2019	Descriptivo	Comida	Global	Global	Considerar la comida como un bien común no es utópico, como nos lo enseña la historia y las innovaciones actuales lo confirman. Podría ser uno de los mejores logros que legamos a las generaciones futuras. De hecho, la comida es un arma poderosa para la transformación social	NC crítico sistema Ostrom
Cabrerizo Sanz, Klett, & García Bachiller.	2014	Descriptivo	1 caso en construcción	Europa	España	Aborda la producción de modelos contrahegemónicos de representación, y analiza la creación de formas críticas de institución desde el diálogo con iniciativas y proyectos de base ciudadana	NC crítico sistema Ostrom
Palacios González	2017	Descriptivo	3 casos determinados	Europa y America	España, Venezuela y Cuba	Si bien la comunidad no es un sujeto pasivo sino activo en la autogestión de espacios como la Casa del Barrio, también	NC crítico sistema Ostrom

						adolecen de la inestabilidad de estar autofinanciados y depender de gran cantidad de horas de trabajo voluntario.	
Ruiz Ballesteros & Gual	2012	Etonografico	260 personas	América	Ecuador	El resultado es un modelo paradójico de gestión de los ecosistemas y de recursos comunes que presenta tanto un alto grado de autonomía como un notable nivel de dependencia.	NC temático
Solera Navarro & Cabello Fernández-Delgado	2015	Revisión	158 proyectos	Europa	España	Goteo contribuye a redefinir críticamente el papel de la inversión pública en la línea de un reemplazo a la lógica neoliberal.	NC crítico sistema Ostrom
Singh & Keitsch	2014	Etnografico	60 miembros	Asia	Nepal	En el caso de Indrachowk, la equidad social está influenciada por el hecho de que los grupos locales tienen información incorporada, desarrollada a lo largo de las generaciones como su "cultura"	NC temático
Vivero Pol, De Schutter, Mattei & Ferrando	2019	Descriptivo	Comida	Global	Global	Poder contribuir al tipo de visión y horizonte necesarios para subvertir la lógica letal del capitalismo corporativo global del estado.	NC crítico sistema Ostrom
Vollan	2012	Cuantitativo	151 entrevistas	África	Sudáfrica	Este estudio de caso de Namaqualand confirma la importancia de la relación entre la comunidad y el proveedor de infraestructura pública y sostiene que es	NC crítico sistema Ostrom

						fundamental para la cooperación.	
Berlinguer, Martínez, Fuster Morell & Subirats	2012	Mixto (cuantitativo y cualitativo)	22 casos de estudio	Europa	España	Los procesos de innovación producidos en estos ámbitos difusos, son potencialmente transferibles a otros contextos productivos, entendiendo las CCOs audiovisuales no solo como espacios de creación y difusión de contenidos, sino como laboratorios de investigación y ensayo que producen herramientas y soluciones implementables en otros campos	NC crítico sistema Ostrom

**ANEXO IV: ENCUESTA BREVE PARA LOS CONSUMIDORES DEL
ECOMERCADO DE GRANADA.**

SEXO (Rodear)	MASCULINO	FEMENINO	OTRO	
FRANJA DE EDAD (Rodear)	20-30	30-45	45-55	55-100

RAZÓN VALORACIÓN de 1 a 5 (1 más baja; 5 más alta)

Apoyo a la economía local

La mejora del medioambiente

La mayor calidad de los productos

El precio de los productos

La producción de cercanía

¿Considera importante el intercambio de conocimientos en el Ecomercado? (rodear)

SI NO

¿Considera que su conocimiento ha mejorado con los talleres impartidos en el Ecomercado? (rodear)

SI NO

¿Considera importante que existan los mercados gestionados colectivamente?

SI NO

¿Considera que son necesarias mejores condiciones laborales para los productores de alimentos?

SI NO

¿Cree que es necesaria una alternativa al sistema de alimentación globalizado (grandes cadenas de distribución)?

SI NO

¿Pagaría usted por el mantenimiento del Ecomercado aunque no pudiese asistir?

SI NO

¿Por qué?

Razón:.....

.....

.....