

VI CONGRESO ANDALUZ DE SOCIOLOGÍA

CAMBIO Y DIVERSIDAD

21-23 DE NOVIEMBRE DE 2008

Grupo IV: Desarrollo, Territorio y Medioambiente

LA IMPORTANCIA DEL TERRITORIO EN LOS PROCESOS DE
DESARROLLO RURAL:
EL CASO DE LA SIERRA DE CÁDIZ¹

Encarnación Aguilar Criado e Ignacio L. Moreno

Dpto. Antropología Social

Universidad de Sevilla

RESUMEN

Esta comunicación se centra en la importancia que el territorio tiene en el proceso de desarrollo institucional en las zonas rurales de Andalucía, utilizando a modo de ejemplo etnográfico el caso de la diversificación económica de la Sierra de Cádiz, una comarca cuya delimitación actual tiene su origen en la zona de actuación de las dos instituciones supramunicipales de la zona, Grupo de Desarrollo Rural (GDR) y la Mancomunidad de Municipios, coincidente a partir de mediados de los 90 del siglo pasado.

¹Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla. Grupo P.A.I. Junta de Andalucía (SEJ-418). Subvencionado por: "Cultura Local y mercados globales. Propuestas para la gestión del Patrimonio en las políticas de desarrollo rural". I+D (SEJO2004-01372/SOCI). Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos Feder; y por "Territorio, calidad e innovación: El diseño de la nueva ruralidad europea". I+D (SEJ2007-63537/SOCI) Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos Feder

En el caso de la Sierra de de Cádiz, el GDR ha tenido un papel fundamental tanto en el desarrollo y diversificación económica de la zona, como en su redefinición territorial como comarca. A finales de los 80, la Sierra de Cádiz era una zona eminentemente agrícola y ganadera, productora y exportadora de materias primas, con un pequeño foco industrial centrado en la marroquinería de Ubrique; hoy en día el sector servicios y la industria agroalimentaria se han posicionado como nuevos motores de la economía de la sierra. Este cambio ha sido financiado por la Unión Europea (UE), que a través del GDR y las distintas Iniciativas LEADER, ha fomentado la creación de nuevas empresas y asociaciones comarcales por parte de los *emprendedores rurales*, que a su vez se han convertido en la vanguardia de una nueva economía rural proveedora de bienes y servicios que incorporan las nociones de calidad, naturaleza, territorio y patrimonio cultural. Una nueva estrategia basada en el *marketing territorial*, que trata dotar a los productos rurales de una singularidad que les posibilite un posicionamiento ventajoso en un mercado global.

Esta comunicación tratará de demostrar como el desarrollo rural no sólo está redefiniendo el territorio en Andalucía, sino que éste mismo se está convirtiendo en una parte esencial del proceso. Para ilustrar todo ello se ofrecen dos ejemplos concretos, la creación de la Denominación de Origen Protegida de Aceites de la Sierra de Cádiz, y el proceso de modernización de la producción quesera.

Palabras clave: Desarrollo rural, diversificación económica, Sierra de Cádiz, LEADER.

1. INTRODUCCIÓN

Hoy día, la economía rural europea se encuentra sometida a una situación de estrés, su función tradicional de producción de alimentos para las zonas urbanas ha sido minada, el proceso de globalización económica y modernización agrícola reduce al mínimo la oferta del mercado laboral para la población rural. Con el objetivo de evitar un nuevo “éxodo rural”, en 1992 el Comisario Europeo McSharry dirigió la reforma de la Política Agraria Comunitario (PAC), introduciendo la idea del Desarrollo Rural (DR) como un nuevo capítulo para la Agenda Europea. Esta reforma, junto con la posterior Agenda 2000, lideró y apoyó el diseño de nuevas iniciativas que aumentasen el bienestar y la calidad de vida de las comunidades rurales en Europa, revisando el lugar que las mismas debían ocupar en el mercado.

De esta forma, se abría una nueva era para las zonas rurales, una era donde palabras como LEADER, EQUAL o PRODER, entrarían a formar parte del vocabulario cotidiano para muchos de sus habitantes. Esta comunicación se centra en las consecuencias que este cambio en la forma de aproximarse a las zonas rurales por parte de la UE ha tenido, utilizando como ejemplo el caso de la comarca de la Sierra de Cádiz, un área del noreste de la provincia de Cádiz compuesta por 19 municipios², y cuya delimitación actual es la de referencia de trabajo del GDR Sierra de Cádiz (ACEDERSICA³). Para ilustrar la importancia del territorio en el modelo europeo de desarrollo, se utilizarán dos ejemplos: la modernización de la producción quesera, y la creación de la Denominación de Origen Protegida de Aceites de la Sierra de Cádiz.

² Alcalá del Valle, Algodonales, Algar, Villamartín, Espera, Bornos, Puerto Serrano, El Bosque, Ubrique, Villaluenga del Rosario, Grazalema, Zahara de la Sierra, Olvera, Setenil de las Bodegas, El Gastor, Torre-Alháquime, Arcos de la Frontera, Benaocaz, Prado del Rey.

³ Asociación para el Fomento de Nuevas Estrategias de Carácter Socio-Económico Sostenible e Integradas de la Sierra de Cádiz

2. METODOLOGÍA

Esta comunicación se basa en una investigación realizada durante los años 2007-2008 que todavía se encuentra abierta, y que bebe de la ya tradicional combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación. El motor principal de dicha investigación es el trabajo de campo realizado en tres fases: una de inmersión, otra de análisis de datos, y una última de re-inmersión o vuelta al campo de trabajo.

La primera fase de inmersión tuvo lugar durante el verano y el otoño de 2007, época en la que trasladé mi residencia a El Bosque, uno de los 19 pueblos de la comarca que cuenta con la ventaja de su centralidad geográfica (ver ilustración 2). Durante esta estancia se concertó una colaboración con el GDR local, ACEDERSICA, lo que permitió observar y participar tanto de su rutina diaria, como de reuniones y encuentros con emprendedores rurales, asociaciones e instituciones públicas. Esta primera fase sirvió para recoger gran cantidad de información, así como para comprender y entender el complejo mapa institucional que rodea la práctica del desarrollo rural en la Sierra de Cádiz. Al mismo tiempo, y de manera independiente, se concertaron y realizaron más de 40 entrevistas semi-estructuradas con informantes clave que se habían visto involucrados en dicho proceso de desarrollo. La selección de informantes se basó de una categorización previa en tres grupos diferentes; emprendedores rurales, técnicos/políticos y miembros de asociaciones:

Tabla 1: Tipología de informantes

Tipología de Informantes	Entrevistas
Emprendedor Rural	28
Técnico / Político	10
Miembros de Asociación	4
Total	42

Debido a la naturaleza de la investigación, era necesario conceder un mayor peso al grupo de emprendedores rurales para asegurarse que los diferentes sectores económicos existentes en la zona se vieran representados. Consecuentemente, una subdivisión de dicha tipología fue también diseñada:

Tabla 2: Sub-tipología de emprendedores rurales

Tipología de Emprendedores Rurales	Entrevistas
Agricultura	4
Ganadería	2
Industria Agroalimentaria	8
Turismo rural	11
Artesanos	3
Total	28

La segunda fase de la investigación se centró en el análisis y tratamiento de la información obtenida, así como la búsqueda de datos cuantitativos que se pudieran sumar a los ya recogidos. Una vez analizados se pudo diseñar la vuelta al campo de trabajo para contrastar alguna de las hipótesis formuladas, momento en el que la investigación se encuentra actualmente.

3. MARCO CONCEPTUAL

Los pueblos y villas andaluces que solían estar poblados por jornaleros y terratenientes han cambiando, hoy día existe una nueva estructura social, una estructura compleja y flexible que trata de responder a las nuevas necesidades del mercado, una *nueva ruralidad*. Esta nueva ruralidad, en un primer momento, rompe la famosa dicotomía rural/urbano defendida por algunos antropólogos en los 60 (Foster, 1965; Pitt-Rivers, 1971), aunque como explicaré más tarde, en un segundo momento el mundo rural

utilizará esa dicotomía como parte del nuevo marketing aplicado a los productos rurales (Aguilar y Lozano, 2006). Para poder entender esta nueva ruralidad y describirla, es necesario profundizar en dos conceptos que responden a diferentes categorías: *modernidad líquida* (Bauman, 2002) y *densidad institucional* (Amin y Thrift, 1995)

El concepto de modernidad líquida es necesario para redefinir la forma en que nos aproximamos al objeto de estudio. Aunque fueron Murdoch y Pratt (1997) los primeros autores que se valieron del concepto de *modernidad líquida* como instrumento para realizar una aproximación al mundo rural, en España cabe destacar la utilización realizada del mismo por parte de autores como Camarero y González (2005). En su análisis de las zonas rurales, dichos autores propusieron definir a las zonas rurales como *espacios fluidos* (2005:119), pues la introducción de este concepto en el análisis ayuda a redefinir las zonas rurales como espacios heterogéneos, espacios donde los agentes sociales no responden ya a categorías fijas, sino que se conciben como entidades sociales fluidas en continuo cambio e interacción, envueltas a su vez en un contexto influido por escenarios tanto locales como globales. De este modo, la falsa línea divisoria entre urbano y rural que nubla la perspectiva de análisis desaparece, redefiniendo ambos espacios como parte de un único y común escenario global (Hoggart y Paniagua, 2002)

Pero la redefinición del mundo rural tradicional en espacios fluidos y heterogéneos no puede ser entendida sin hacer referencia a diferentes procesos que están teniendo lugar a una escala global, como la globalización de los mercados económicos (Beck, 1999), la aparición de nuevas culturas globales (Appadurai, 1996), y el desarrollo de la sociedad-red (Castells, 1997).

La globalización de los mercados económicos es un proceso global presumiblemente inevitable, pues influye tanto a aquellos que quieren tomar parte,

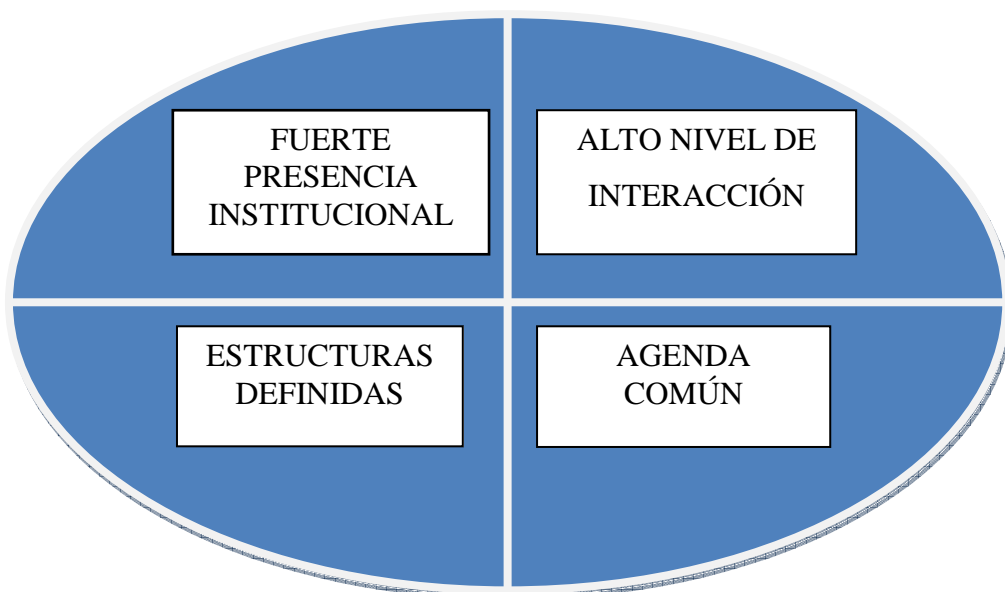
como aquellos que no lo desean. Este proceso tiene una influencia directa en el ámbito local, tal y como Aguilar y Bueno demostraron en su análisis de la transformación de las economías locales en España y México (2003). Los cambios acaecidos en los mercados globales fuerzan la re-acomodación en el nivel local, pues este se ve forzado a cambiar para satisfacer las nuevas demandas del mismo. Tanto en el caso del campo andaluz como en el de otras parte de la UE, la entrada en el Mercado Común Europeo y la posterior liberalización del comercio internacional de algunos productos y servicios por parte de la Organización Mundial del Comercio, obligó a la redefinición del modelo productivista previamente impuesto por la UE y la introducción del modelos post-productivista (Camarero y González, 2005), debido entre otras cosas al estancamiento del valor productivo de la agricultura (Van der Ploeg et al, 2002).

Al mismo tiempo, pero a nivel simbólico, la percepción social de lo rural cambió con la llegada de la sociedad post-industrial (Mormont, 1987). Anteriormente, la sociedad industrial había definido lo rural como negativo, como lo opuesto a aquellos valores que debían definir una sociedad plena. Sin embargo, según Mormont, la sociedad post-industrial percibe a las comunidades rurales como “la representación de la organización socioeconómica ideal” (1987:19). Esto, a su vez, desde la práctica del desarrollo rural supone una relectura de las culturas locales y su patrimonio cultural como nuevos activos para el desarrollo rural (Aguilar y Amaya, 2007; Lozano, 2007). Por lo tanto, podemos decir que hoy en día lo rural se encuentra “idealizado” (Mingay, 1989), llegando a incluso a convertirse en un objeto de consumo sustentado por el marketing experiencial (Schmitt, 1999). A su vez, este nuevo deseo de consumo de lo rural se ha materializado a través de la etiqueta de “producto rural”, una etiqueta que facilita el consumo distintivo por parte de la sociedad (Bourdieu, 1998; Roseberry, 1996).

Es en este nuevo contexto en el que tanto la función como la posición en el mercado de las zonas rurales han sido redefinidas, y es en este nuevo contexto donde radica la nueva importancia del territorio, que pasa de considerarse *territorio-soporte* a *territorio-recurso*, un cambio que viene propiciado por una nueva política de desarrollo rural que incorpora el enfoque territorial (Esparcia y Noguera, 1999). Este cambio es claramente observable en la práctica diaria del desarrollo rural europeo, ya que la misma parte de la definición de un territorio específico como área o comarca de desarrollo.

El segundo gran concepto necesario para entender la nueva ruralidad europea hace referencia a la práctica desarrollo rural en sí, la *densidad institucional*. Este concepto fue desarrollado por Amin y Thrift al principio de los 90, a raíz de un debate más amplio sobre las razones socioculturales del éxito económico sostenido entre diferentes autores (Cooke and Morgan, 1993; Granover and Swedberg, 1992; Putman, 1993). Amin y Thrift (1995) definen la densidad institucional como un requisito fundamental para cualquier región que quiera alcanzar una economía sólida, y subrayan cuatro factores que contribuyen al correcto desarrollo de la misma:

Figura 1: Elementos fundamentales de la densidad institucional



Fuente: Elaboración propia

Estos cuatro factores suponen el desarrollo de una alta densidad institucional, lo que supone un fuerte apoyo para cualquier área económica. Tal y como se pudo observar durante el trabajo de campo, la introducción del GDR en la Sierra de Cádiz ha elevado la densidad institucional de la zona a cotas insospechadas. Los continuos encuentros entre ACEDERSICA y otras instituciones han sido muy productivos, y se han materializado en diferentes acuerdos y programas con un objetivo común, el desarrollo económico de la Sierra de Cádiz. Al mismo tiempo, ACEDERSICA ha estado funcionando como un catalizador en la zona para los diferentes sectores económico, fomentando y patrocinando encuentros entre diferentes agentes y asociaciones en los últimos 18 años, un esfuerzo que se ha visto recompensado con la constitución de numerosas asociaciones cuyo ámbito territorial de referencia es la comarca de desarrollo de la Sierra de Cádiz.

4. LA SIERRA DE CÁDIZ COMO COMARCA DE DESARROLLO RURAL

Llegados a este punto, parece claro que las líneas divisorias entre rural y urbano están más que disipadas, y también que la metodología LEADER ha supuesto la generación de una fuerte densidad institucional capaz de apoyar cualquier iniciativa que suponga una mejora para la economía de la Sierra de Cádiz; pero ¿cómo se ha llegado a desarrollar un aparato institucional tan preciso? En esta parte de la comunicación, y con el objetivo de ayudar a comprender cómo se ha llegado a este punto, se ofrece una descripción de la comarca de desarrollo de la Sierra de Cádiz, así como de la estrategia de desarrollo empleada por ACEDERSICA.

La Sierra de Cádiz está situada en la esquina noreste de la provincia de Cádiz, y linda con las provincias de Málaga y Sevilla. Su territorio comprende un total de 19 municipios, un área de 1.998 km² y una población de 116.792 habitantes.

Ilustración 1: La Sierra de Cádiz en Andalucía

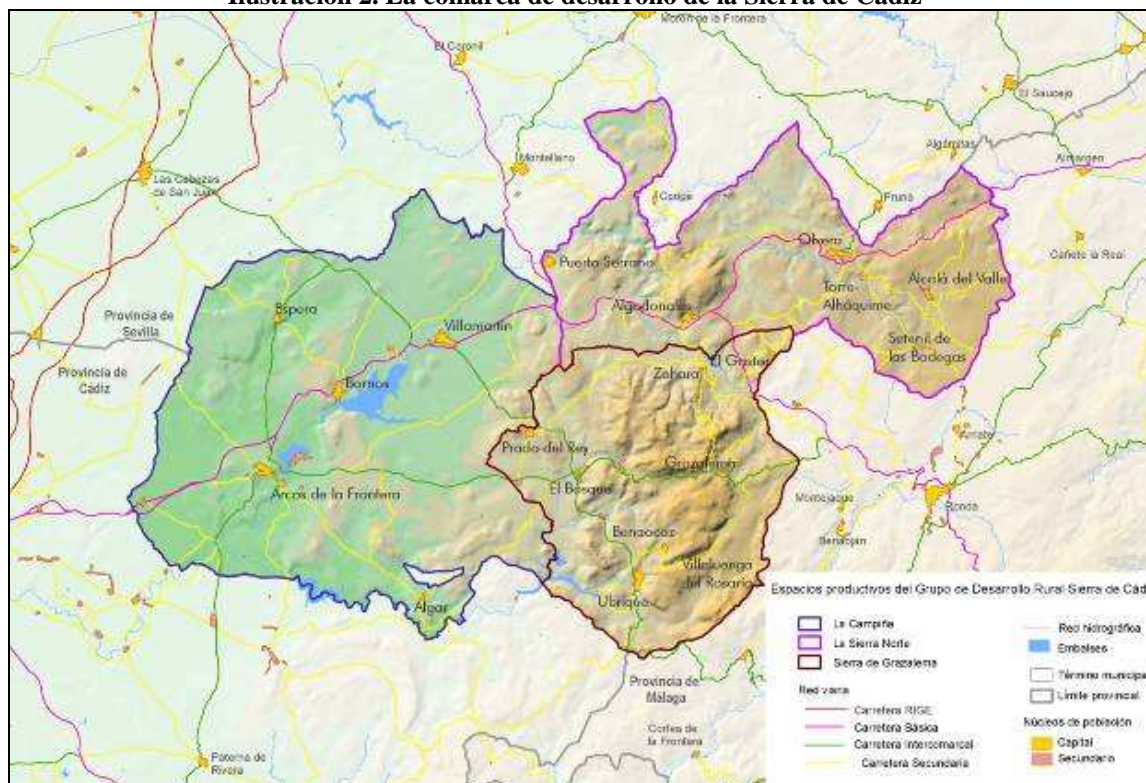


Fuente: ACEDERSICA

La Sierra de Cádiz, como comarca de desarrollo, nació en 1991 a raíz de la aceptación del proyecto para el LEADER I presentado en Bruselas por parte un grupo de personas que provenían del entonces llamado Instituto de Fomento Andaluz. Aunque hoy día existen 50 GDR en Andalucía con su respectiva comarca de referencia, es importante destacar que el GDR de la Sierra de Cádiz fue uno de los primeros en tomar parte de la iniciativa LEADER. Desde su constitución, las principales líneas de trabajo de ACEDERSICA han sido el patrimonio cultural, el turismo rural, la formación y la diversificación económica.

Aunque la Sierra de Cádiz, tal y como su propio nombre indica, puede ser definida como un área montañosa, ésta no es homogénea. Según ACEDERSICA, ésta puede ser dividida en tres partes: el Parque Natural de Grazalema, la campiña y la sierra norte. Esta subdivisión responde tanto a una cuestión geográfica como sociocultural, y refleja la complementariedad económica que ha existido entre ellas a lo largo de la historia.

Ilustración 2. La comarca de desarrollo de la Sierra de Cádiz



Fuente: ACEDERSICA

La zona correspondiente al Parque Natural de la Sierra de Grazalema aglutina a 8 de los 14 municipios del mismo⁴, y su demarcación como espacio protegido partió de la UNESCO, que en 1971 la declaró Reserva de la Biosfera, con el objetivo de proteger el *Pinsapo* o *Abeis Pinsapo*, un singular árbol que sólo se encuentra en este parque y en el Rift marroquí. Los pueblos comprendidos dentro del Parque Natural tienen como principal recurso económico la ganadería, el turismo y la artesanía; siendo especialmente famosas la marroquinería de Ubrique y las mantas de Grazalema (Aguilar 2002). La Sierra Norte está formada por 6 municipios, y su actividad fundamental siempre ha estado ligada a la agricultura de montaña, destacando el olivo por encima de

⁴ La ruptura del Parque en dos GDR, el de Sierra de Cádiz y el de la Serranía de Ronda, responde a la naturaleza institucional de este modelo de desarrollo, y es consecuencia del respeto a la línea administrativa provincial por encima de los posibles lazos económicos, sociales o culturales que pudieran existir entre los 19 pueblos comprendidos dentro del Parque Natural. Un ejemplo más de la artificiosidad del proceso de construcción social del espacio por parte de las instituciones administrativas, una dinámica creadora una fuerte narrativa y rompedora del sentido.

otros cultivos. La Campiña está formada por otros 5 términos municipales, donde la ganadería y la agricultura extensivas han sido la principal actividad económica. En todas las zonas, la economía tradicional responde a una organización familiar del trabajo, y el modelo económico más representativo serían la empresa familiar y las cooperativas.

Tabla 3. Municipios y actividades económicas principales en las tres zonas de la Sierra de Cádiz

	Parque Natural	Sierra Norte	Campiña
Municipios	Benaocaz, El Bosque, El Gastor, Grazalema Prado del Rey, Ubrique Villaluenga del Rosario Zahara de la Sierra	Alcalá del Valle, Puerto Serrano, Algodonales, Setenil de las Bodegas, Olvera, Torre-Alháquime	Algar, Arcos de la Frontera, Bornos, Espera, Villamartín
Principales actividades económicas	Turismo Ganadería Caza	Agricultura de montaña Pequeña industria	Agricultura y ganadería extensiva

Fuente: Elaboración Propia

Desde el primer momento de su nacimiento como comarca de desarrollo, en la mente de los técnicos hubo algo muy claro, el desarrollo exitoso de la comarca pasaba por la promoción y explotación de unos abundantes recursos endógenos que se encontraban infrautilizados, a saber; unos increíbles paisajes culturales, una tradición artesana, una serie de productos locales por consolidar, y una fuerte sinergia entre el patrimonio cultural y medioambiental. Quedaba claro que la apuesta por el desarrollo endógeno sería el correcto, lo que supondría la negación del paradigma de la modernización, tal y como lo comentaba el Gerente de ACEDERSICA en una de las entrevistas:

‘Sierra de Cádiz tiene futuro porque todavía quedan recursos sin explotar, y esos recursos están ahí para cuando se necesite hacer uso de ellos. Si no nos quedaran otros recursos más allá de los que estamos utilizando actualmente, tendríamos que

preocuparnos por el futuro de la comarca, pero no es el caso” (Gerente de ACEDERSICA, hombre, 40 años)

Desde 1991, el GDR ha sido responsable de la implementación de diferentes iniciativas y programas, debido al éxito de los mismos, en los últimos 18 años la inversión ha crecido de forma continuada, suponiendo un montante total superior a los 40 millones de euros:

Tabla 4: Cifras de la Iniciativa LEADER en la Sierra de Cádiz

	<i>LEADER I</i>	<i>LEADER II</i>	<i>LEADER +</i> ⁵
Número de proyectos	140	170	101
Inversión Total	10.301.126,54	11.853.045,23	15.855.976,05

Fuente: ACEDERSICA

El desarrollo de estos proyectos ha seguido un modelo integral e integrador, prestando especial atención a los diferentes sectores económicos, financiando su mecanización y mejora, y promoviendo la constitución de asociaciones sectoriales comarcales en post de una vertebración del territorio.

En el caso de la Sierra de Cádiz, la “receta” aplicada por ACEDERSICA ha supuesto una transformación relativamente lenta pero constante, no olvidemos que no estamos hablando de la introducción de una gran cantidad capital financiero en un corto espacio de tiempo, si no de una distribución selectiva y constante del mismo a lo largo y ancho de la comarca. Este proceso redistributivo ha estado marcado por dos condicionantes, la implantación de las normativas europeas y la introducción de los

⁵ En 2002, ACEDERSICA fue seleccionada por la Dirección General de Desarrollo Rural para que ponga en marcha los Programas de Emprendedores Rurales Andaluces (PRODER de Andalucía y LEADER PLUS). Aunque aquí sólo se ofrecen los datos relativos a LEADER +, es necesario puntualizar que el PRODER ha supuesto el desarrollo de 46 proyectos, así como una inversión de 3.579.766,50 €. También cabe destacar que ambos programas se encuentran abiertos hasta Diciembre de 2008, con lo que los datos no pueden ser definidos como finales.

sistemas de calidad. Aunque el riesgo de homogeneización que dichas normativas pueden suponer para el mundo rural europeo ha sido subrayado con anterioridad (Leitch, 2003), en este caso ACEDERSICA ha tratado de apoyar en todo momento la creación de un producto distintivo y distinguible, tratando de definirlo en todo momento como un producto de la Sierra de Cádiz.

5. DOS EJEMPLOS DEL DESARROLLO RURAL EN LA SIERRA DE CÁDIZ

a) El caso de la producción quesera:

Del manejo de excedentes lecheros a una producción internacionalmente reconocida.

Como ya he mencionado con anterioridad, la ganadería ha sido una actividad tradicional en la Sierra de Cádiz, y según comentaron los informantes, la producción de queso es una práctica cuyo origen se pierde en tiempos inmemoriales. Esta aseveración se ve constatada por la existencia de dos razas autóctonas lecheras, la cabra Payoya y la oveja Merina de Grazalema, ambas reconocidas como razas de especial protección. Pero a pesar de ello, la producción quesera siempre había estado restringida a las familias de los pastores, y su destino era el consumo familiar. Los pastores y ganaderos no criaban cabras y ovejas por el queso, sino por la carne y lana en el caso de la oveja, y la carne y la leche en el caso de la cabra; la producción quesera era una práctica cultural que tenía una función de control de excedentes lácteos.

Los tres productos principales de la actividad ganadera (carne, leche y lana), solían ser vendidos a granel, y sus principales compradores eran empresas foráneas y corredores que operaban en la zona. La venta de estos productos primarios sin procesar suponía una entrada rápida de capital para las familias dedicadas a esta actividad, que lo veían como una forma de reducir la inversión y el riesgo. En el caso de la leche, la mayor parte de la producción era vendida a Forlactaria S.A., una multinacional con sede

en 24 países y especializada en la producción de queso. Pero esta dinámica comenzó a cambiar a principio de los 90.

En 1995 había ya un par de queserías funcionando en la zona, pero su producción se reducía al formato del queso fresco. Fue entonces cuando dos emprendedores rurales decidieron invertir en la apertura de una nueva quesería en Villaluenga del Rosario, el municipio más pequeño de la zona, con menos de 500 habitantes. De acuerdo con lo expuesto durante nuestra entrevista, eligieron Villaluenga porque allí existía una fuerte tradición quesera, además, la continua práctica de la ganadería había perfilado el medioambiente de tal forma, que era el idóneo para la misma. Dos años más tarde, y con el apoyo del GDR, la nueva quesería estaba en funcionamiento bajo el nombre de *Quesos Artesanales de Villaluenga S.L.*, y lanzaba al mercado su nueva marca: *Quesos Payoyo*⁶, hecho que demuestra la firme intención de unir su producción al territorio y a la raza endógena de cabra. Hoy en día la quesería produce más de 80.000 kilos anuales de 14 tipos de queso, y 18 personas trabajan en ella.

Esta experiencia no pasó desapercibida en la zona, en los últimos 10 años se han abierto nuevas queserías, y aquellas que ya existían han diversificado su oferta hacia los quesos curados y semicurados de ambas leches. Existen un total de 10 queserías en la comarca, y algunas de ellas como *El Payoyo* o *El Bosqueño* han recibido premios internacionales en concursos gourmet, lo que les ha abierto las puertas a mercados como el inglés, el francés o el italiano⁷. Aunque este hecho es algo que hace sentir orgullosos a las queserías de la sierra, más de la mitad de su producción se vende todavía localmente, debido en parte a la fuerte sinergia existente con la industria turística de la

⁶ Es de destacar que el término Payoyo es precisamente el gentilicio de Villaluenga del Rosario.

⁷ En la última entrega del *World Cheese Award* celebrada en Dublín en Octubre de 2008, los quesos payoyo fueron reconocidos con tres primeros premios. (ver: <http://www.diariodecadiz.es/article/provincia/244169/concurso/mundial/situa/los/quesos/villaluenga/entre/los/mejores/planeta.html>)

zona, y una estrategia productiva que prima la calidad por encima de la cantidad. Al mismo tiempo, esta industria tiene una influencia directa sobre los ganaderos y pastores de la zona, así como sobre las dos razas autóctonas, como uno de los maestros queseros explicó durante una entrevista:

“Cuando abrimos la quesería, nosotros estábamos en el desarrollo sostenible de la comarca, porque si no la abríamos, la merina de grazalema y la payoya desaparecen; ahora somos los principales compradores de su leche. Antes de la quesería, el queso lo hacían a mano los pastores, pero las directivas Europeas pusieron estas prácticas en peligro, para hacer queso había que cumplir una lista de condiciones higiénicas que muchos no podían cumplir. Aquí existía la tradición familiar, pero había que adaptarse a la normativa europea” (Propietario y maestro quesero, 52 años).

ACEDERSICA ha estado apoyando este proceso desde el principio, desde su punto de vista, era una forma de fomentar y mantener un patrimonio cultural que podía desaparecer debido a los escasos salarios y beneficios de los pastores, algo que parece haber cambiado con la apertura de un nuevo mercado local para su leche. El apoyo de ACEDERSICA se ha concretado en tres formas: ayudando a la modernización del proceso productivo, promocionando la asistencia a ferias y concursos, e introduciendo las marcas de calidad en sus productos. Actualmente, se está trabajando para la creación de una DOP para el queso de cabra payoya.

b) El caso del aceite de olive:

De la producción a granel de baja calidad a la DOP.

Andalucía es la mayor productora de aceite del Estado Español, el 80% de la producción olivarera proviene de nuestra tierra (MAPA, 2000), y la Sierra de Cádiz

representa el 85% de la producción provincial, con más de 37.000 hectáreas de olivos; incluso el nombre de pueblos como Olvera remarcan la fuerte relación entre esta tierra y el olivo. Este dato contrasta con la baja productividad del olivar en esta zona, pero su adaptabilidad y el clima de la zona han hecho que esta alianza se mantenga en el tiempo. La distribución olivarera en la zona difiere con la de otras zonas de Andalucía, ya que la tierra suele estar dividida en pequeñas explotaciones, aunque la organización del sector responde al modelo andaluz por excelencia, la cooperativa.

Con anterioridad a los 90, la mayoría de la producción era vendida a granel e incluso molturada por almazaras de otros pueblos, pero la constitución de la Asociación de la Denominación de Origen Protegida de Aceites de la Sierra de Cádiz promovida por ACEDERSICA comenzó a cambiar esta tendencia. El 10 de Marzo de 1998 la asociación aprobó la iniciativa de solicitar la DOP para el aceite de oliva virgen extra, y 4 años después el gobierno andaluz la reconoció bajo la ley APA/2005/2002, estableciendo un consejo regulador y unas normas internas.

La introducción de la DOP representaba una clara estrategia para transformar el sector, era necesario mejorar el sistema productivo de las almazaras y apoyar una producción de calidad que compensara el esfuerzo en forma de una nueva plusvalía. Una vez más, ACEDERSICA asistió y

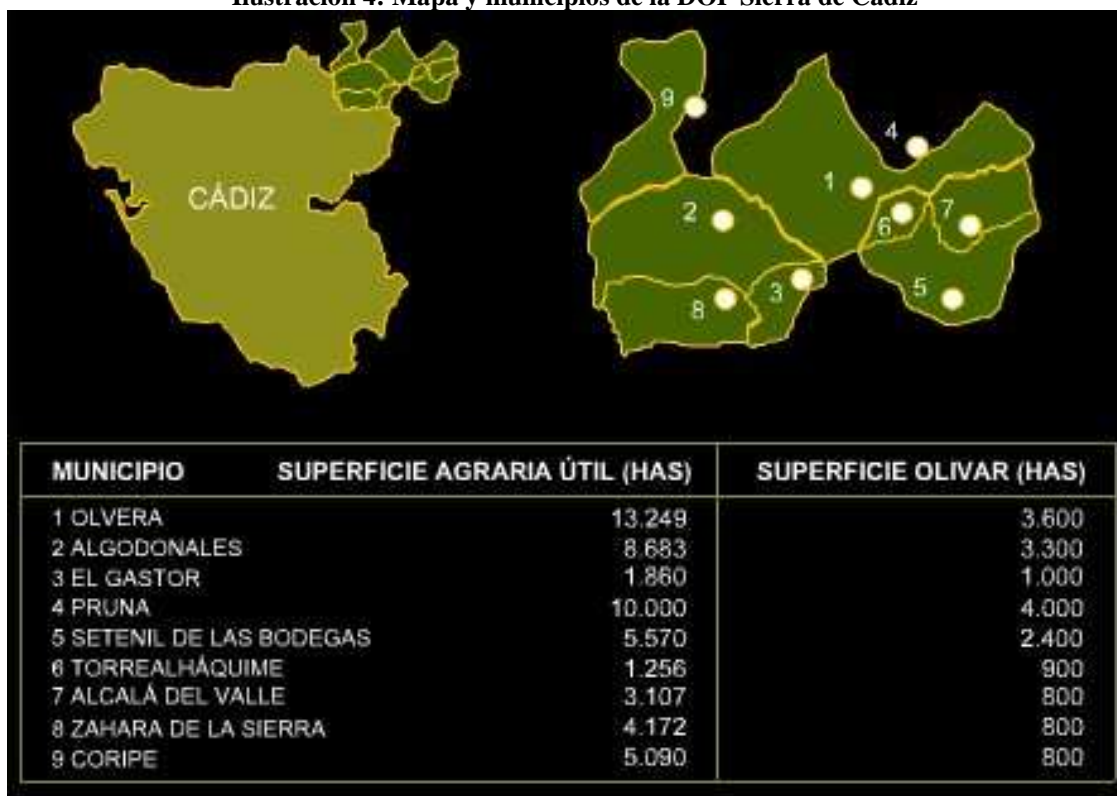
apoyó la transformación y reestructuración del sector, aportando financiación y preparando reuniones y encuentros entre productores. La creación de la DOP y su puesta en marcha, al igual que en otros casos (Aguilar, 2007; Aguilar y Lozano, 2008; Sanz, 2007), supuso un valor añadido al producto final, pero al mismo tiempo, la DOP es una estrategia de anclaje territorial (Zimmermann, 1998), lo que supone un refuerzo

Ilustración 3: DOP Sierra de Cádiz



al discurso sobre el territorio apoyado por el GDR. Una de las paradojas de la DOP Sierra de Cádiz, y que a su vez sirve para remarcar la importancia que el territorio puede llevar a tener como valor referencial y agente de desarrollo, es que algunos de los municipios incluidos en la DOP Sierra de Cádiz no pertenecen ni a la comarca ni a la provincia, Coripe y Pruna⁸, siendo este último el segundo en importancia en la DOP después de Olvera por superficie y producción.

Ilustración 4: Mapa y municipios de la DOP Sierra de Cádiz



Fuente: DOP Sierra de Cádiz

Hoy día, más de 37.000 hectáreas se encuentran bajo la DOP Sierra de Cádiz, de las cuales el 34% corresponden a olivares, así como un total de 8 almazaras y 7 marcas, siendo su producción anual cercana a los 15 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, dependiendo siempre de la temporada.

⁸ Recientemente se ha cerrado un acuerdo dentro de Consejo Rector de la DOP de Aceites de la Sierra de Cádiz por el que se han admitido dentro de la denominación los términos municipales de Villanueva de San Juan y Algámitas, ambos pertenecientes a la provincia de Sevilla.

6. CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo, la importancia del territorio en la práctica del desarrollo rural en el marco de la UE ha sido subrayada, remarcando la centralidad que los GDR tienen en el proceso. También se ha ofrecido una breve revisión de la historia de la política de desarrollo rural de la UE, remarcando como origen de la nueva propuesta de Bruselas los problemas creados por el modelo productivista. Después, y tras explicar la metodología empleada en la presente investigación, se ha realizado un repaso del marco conceptual empleado para aproximarse a la realidad que se trataba de comprender, remarcando la existencia de una nueva función del mundo rural en la sociedad postindustrial, así como el desarrollo de un marco institucional de alta densidad centrada en el desarrollo comarcal gracias a la red los GDR. En el cuarto punto, se ha descrito las principales características de la comarca de desarrollo rural de la Sierra de Cádiz, introduciendo la estrategia empleada por ACEDERSICA en post del desarrollo de la zona y la importancia que el territorio tiene en el mismo. Por último, y con la finalidad de aclarar lo expuesto anteriormente, se han descrito dos ejemplos etnográficos del modelo de desarrollo en la Sierra de Cádiz: la creación de la DOP Sierra de Cádiz, y la puesta en valor de la tradición quesera de la zona.

El objetivo de esta comunicación era demostrar la importancia del territorio en el desarrollo rural en Andalucía, y llegados a este punto, es posible afirmar que el territorio no sólo es importante como soporte, sino que el modelo de desarrollo europeo basado en la gestión de los fondos a través de los GDR, ha convertido a las comarcas de desarrollo en el elemento de referencia para iniciativas tanto asociativas como empresariales. Esta nueva realidad territorial que rescata la comarca como unidad territorial en su doble sentido, administrativo e identitario, supone en la actual era de los mercados globales y de la sociedad post-industrial una clara ventaja frente a otros

competidores. Hoy más que nunca, parece ser que las personas quieren consumir productos “auténticos”, y es ahí donde radica el continuo aumento de referencias territoriales en los productos andaluces, ya que ésta se convierte en una estrategia económicamente asumible que otorga una plusvalía directa al producto final.

Pero aunque el proceso de comarcalización de Andalucía se nos antoja en principio como positivo, la experiencia obtenida a través del trabajo de campo en la Sierra de Cádiz nos hace ver que es necesaria una reflexión más profunda sobre el nuevo mapa comarcal de Andalucía. La comarcalización no debe ser un proceso de ratificación de las zonas de actuación de los GDR, ni las propuestas de comarca se deben basar en un número máximo o mínimo de municipios o habitantes, pues las delimitaciones territoriales no son simples líneas en los mapas, sino nuevas realidades rompedoras de sentido y creadoras de nuevas narrativas que reconstruyen nuestra realidad diaria.

Del mismo modo, tal y cómo el caso de la DOP Sierra de Cádiz demuestra, también es cierto que los mapas no son elementos cerrados que median nuestra percepción de la realidad sin dejar espacio para el juego de la redefinición, sino que también son sometidos a reinterpretaciones y relecturas “interesadas” por parte de las personas a las que se les imponen.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, E. (2002) ‘La Cultura como Recurso en las Políticas de Desarrollo Rural: una Lectura desde la Globalización’, en *Ambiente y Desarrollo. Cultura y Naturaleza*, 10:13-32. Bogotá, Instituto de Estudios Ambientales para el Desarrollo.

- Aguilar, E. (2007), “Productos locales, mercados globales. Nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural”, en García Docampo, M. (Ed.), *Perspectivas Teóricas en Desarrollo Local*. La Coruña: Netbiblo, pp. 147-169.
- Aguilar, E. y Amaya, S. (2007), “El patrimonio cultural como activo de desarrollo rural”, en Sanz, J. (Ed.), *El futuro del mundo rural*. Madrid: Ed. Síntesis, pp. 103-124
- Aguilar, E. y Bueno, C. (coord.) (2003). *Las Expresiones Locales de la Globalización: México y España*. CIESAS, Universidad Iberoamericana y Ed. Porrúa, México
- Aguilar, E. y Lozano, C. (2008) “Las denominaciones de origen de aceite en Andalucía y el nuevo escenario rural europeo”, en IV Congreso Internacional de la Red SIAL “*ALFATER 2008*”, Mar del Plata (Argentina), del 27 al 31 de Octubre.
- Aguilar, E. y Lozano, C. (2006), “tradición, calidad y naturaleza: Los valores de una nueva ruralidad”, en Unión de Pequeños Agricultores, *Agricultura Familiar en España 2008*. Madrid: Fundación de Estudios Rurales, D.L, pp. 170-173.
- Amin, A. y Thrift, N. (1995) ‘Globalization, Institutional “Thickness” and the Local Economy’ en Healey, P. Cameron, S. Davoudi, S. Graham, S. & Madani-Pour, A. (Eds) *Managing Cities: the New Urban Context*. John Wiley and Sons: Chichester. pp 91-108
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, University of Minnesota Press
- Bauman, Z. (2000): *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press
- Beck, U. (1999) *What Is Globalization?* Cambridge, Polity Press
- Bourdieu, P. (1998). *La Distinción: Criterio y Bases Sociales del Gusto*. Editorial Taurus: Madrid.

- Camarero, L. y González, M. (2005). ‘Los Procesos Recientes de Transformación de las Áreas Rurales Españolas: una Lectura desde la Reestructuración Ampliada’. *Sociologia*, 15:95-123.
- Castell, M. (1997). *La Era de la Información* (vol. 3). Alianza Editorial. Madrid.
- Cooke, P. y Morgan, K. (1993) ‘The Network Paradigm: New Departures in Corporate and Regional Development’ in *Environment and Planning D* 11: 543-64
- Esparcia, J. y Noguera, J. (1999), “Reflexiones en torno al territorio y al desarrollo rural”, en Ramos Real, E. (ED). *El desarrollo rural en la Agenda 2000*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, pp. 9-44.
- Foster, G. M. (1965). ‘Peasant Society and the Image of Limited Good’. *American Anthropologist*, 67:293-315.
- Granovetter, M. y Swedberg, R. (Eds) (1992) *The Sociology of Economic Life*. Westview Press: Boulder
- Hoggart, K. y Paniagua, A. (2002) ‘Lo Rural. ¿Hechos, Discursos o Representaciones? Una Perspectiva Geográfica de un Debate Clásico’ in *Información Comercial Española: Revista de Economía*, 803:61-71
- Leitch, A. (2003) ‘Slow and the Politics of Pork Fat: Italian Food and European Identity’ in *Ethnos*, 68(4): 437-462.
- Lozano, C. (2007), “La agricultura ecológica en el nuevo modelo de ruralidad. Una aproximación desde la Sierra de Segura (Jaén)”, en Neira, X.; Cervera, A. y Simón, X. (Coords.), *Agroecología e Agricultura Ecológica en Galiza*. Catarroja (Valencia): SEAE, pp.91-99.
-
- MAPA (2000). *The Spanish Agrifood Sector: Facts and Figures*. Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación. Secretaría General Técnica: Madrid.

- Mormont, M. (1987) "Rural nature and urban natures", en *Sociología Ruralis*, 27 (1):3-20
- Mingay, G.E. (Ed.) (1989). *The Rural Idyll*. Routledge: London
- Murdoch J, Pratt A, (1997), 'From the Power of Topography to the Topography of Power: a Discourse on Strange Ruralities', in Cloke, P. y Little, J. (Eds) *Contested Countryside Cultures: Rurality and Socio-cultural Marginalisation*. Routledge: London
- Pitt-Rivers, J., (1971). *The People of the Sierra*. Chicago: University of Chicago Press.
- Putnam, R. (1993) 'What Makes Democracy Work?' in *Civic Infrastructure*. Spring: 101-7
- Roseberry, W. (1996) 'The Rise of Yuppie Coffees and the Re-imagination of class in the United States', *American Anthropology*, n°98 (4): 762-775.
- Sanz, J. (Ed.) (2007). *El Futuro del Mundo Rural*. Editorial Síntesis: Madrid
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing*. New York: The Free Press
- Van Der Ploeg, J.D., Long, A., & Banks, J. (Eds) (2002): *Living Countrysides. Rural Development Processes in Europe: The State of Art*. Elsevier bedrijfsinformatie: Doetinchem (Netherlands)
- Zimmermann, J. B. (1998), "Nomadisme et ancrage territorial : Propositions méthodologiques pour l'analyse des relations firmes-territoires", en *Revue d'Économie Régionale et Urbaine (RERU)*, N° 2, pp. 211-230.