



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y ETIQUETAS REGIONALES: DOS MODELOS DE ESPECIALIZACIÓN TERRITORIAL, FRISIA (PAÍSES BAJOS) Y LA SIERRA DE CÁDIZ (ANDALUCÍA)¹

Ignacio López Moreno
Wageningen Universty
Encarnación Aguilar
Universidad de Sevilla

1. INTRODUCCIÓN

Una de las grandes transformaciones de los espacios rurales europeos está vinculada a su especialización en producción de calidad. Este fenómeno que va ligado a las nuevas funciones de estos espacios en las sociedades postindustriales, explica la creciente proliferación de etiquetas territoriales en sus variadas formas; Denominaciones de Origen Protegida (DOP), Indicación Geográfica Protegida (IGP), Marca Parque Natural de Andalucía, etc., ha sido objeto de numerosos análisis en la última década. Por un lado, se sitúan aquellos enfoques que vinculan la promoción de estos alimentos con la nueva economía rural, ligada a las estrategias económicas de los productores. Una estrategia considerada como viable para reducir los excedentes de origen agrario, dinamizar socioeconómicamente las regiones menos competitivas y marginales, y dotar a las pequeñas explotaciones y empresas de una herramienta con la que poder diferenciarse y competir en los mercados globales (Karlheinz Knickel y Henk Renting, 2000; Mara Miele y Diego Pinducci, 2001; Jo Banks y Ferry Marsden, 2001; Patrizia Pugliese, 2001; y Angela Tregear et al., 2007).

Los resultados que aquí presentamos constituyen una aproximación de un trabajo actualmente en curso, basado en la combinación de los enfoques anteriormente mencionados. Su objetivo es identificar las características de dos marcas agroalimentarias como herramienta de desarrollo y especialización territorial. Para ello hemos realizado un estudio comparativo de dos unidades de observación: Frisia en los Países Bajos, y Sierra de Cádiz en Andalucía. La Sierra de Cádiz representa el modelo que se centra en proteger y potenciar un producto específico ligado a un territorio, la Denominación de Origen Protegida (DOP). La provincia de Frisia representa el modelo que vincula un territorio específico y la comunidad que la habita, la etiqueta territorial o regional. Ambos sistemas se circunscriben al sector agroalimentario, y deben ser considerados como respuestas locales a la nueva situación del mundo rural europeo. Pese a estas similitudes, existen diferencias muy significativas. Mientras las DOP son etiquetas fuertemente institucionalizadas y con un marco legislativo muy definido, las etiquetas territoriales ofrecen un marco muy abierto. Ello supone una diferencia en los costes de transacción derivados de su implementación, así como de grado de flexibilidad o rigidez de las mismas.

¹ La investigación de la que es fruto esta comunicación es uno de los resultados del desarrollo de los programas I+D titulados “Territorio, calidad e innovación: El diseño de la nueva ruralidad europea”. I+D (SEJ200763537/SOCI) y “La producción de calidad: nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores” Ministerio de Educación y Ciencia. I+D (CSO201022074C0301). Incentivos de Investigación del programa Talentia (Junta de Andalucía). Estos proyectos son desarrollados por el Grupo de Investigación TECUDE. P.A.I. SEJ418).



2. DESARROLLO RURAL, SOSTENIBILIDAD Y EL NUEVO CONTEXTO

2.1. Conceptualizando el desarrollo rural

Desarrollo rural es un concepto muy controvertido, por lo que en nuestro trabajo hemos adoptado la definición de que el desarrollo rural es el desarrollo de lo rural (Jan Douwe van der Ploeg y Terry Marsden, 2008). Este enfoque supone concebir lo rural como una realidad dinámica. Por tanto, definiremos lo rural como “el lugar de encuentro, interacción y mutua transformación entre el ser humano y la naturaleza viva” (Ploeg y Marsden, 2008: 3)

Esta definición pivota en torno a dos elementos fundamentales: la sociedad y la naturaleza viva. Ambos elementos y su interacción son clave en la idea de desarrollo sostenible. Para analizar dicha contribución deben ser tenidos en cuenta dos conceptos: “coproducción” y “coevolución” (Ploeg, 1997).

“Coproducción” es entendida como la mutua interacción y cambios del ser humano y la naturaleza (Ploeg, 2008; Ploeg y Marsden, 2008). En otro nivel de este mismo proceso, se considera positivo que ambos elementos (lo social y lo natural) “coevolucionen” en un modo concreto y mutuamente reforzante. Algunas prácticas pueden cambiar la coevolución subyugando la naturaleza a intereses sociales en tal forma que el ciclo de la coproducción se rompe. Este ha sido el caso del modelo agroindustrial, que su implementación durante las últimas décadas ha llevado a la desconexión de actividades como la agricultura de la naturaleza que la sustenta.

En resumen, nuestro artículo define el desarrollo rural sostenible como aquellas prácticas y dinámicas que preservan e incluso aumenta la coproducción y coevolución del ser humano y la naturaleza en un territorio determinado.

2228

2.2. El nuevo contexto agroalimentario

Es evidente que los nuevos procesos del mundo rural europeo son parte de fenómenos más globales, que explican aspectos centrales para nuestra investigación. En este caso, la de la nueva funcionalidad del mundo rural ante demandas y preocupaciones sociales características de las sociedades postindustriales. El cambio climático, el impacto medioambiental de la agricultura intensiva y la preocupación por la seguridad alimentaria, conforman, entre otros, los elementos que explican el progresivo desplazamiento de la ruralidad hacia productos de calidad, naturales o saludables (Carmen Lozano y Encarnación Aguilar, 2010). De este modo podemos afirmar que la estrategia de etiquetas territoriales está relacionada con una transición de economía de masas a una nueva economía de valor (Aguilar y Carmen Bueno, 2003), y buscan ser herramientas de estos cambios territoriales.

Esta nueva economía de valor, característica del capitalismo de símbolos (Scott Lash y John Urry, 1997) se sustenta sobre el pequeño tamaño de las empresas, la especialización flexible, la innovación continua, y la adaptabilidad a nuevas tendencias y gustos, y ha venido a sustituir a los viejos modelos de producción fordista y taylorista, a partir de los 70, como consecuencia de su excesiva rigidez ante cambios en la demanda de los consumidores. Este cambio también afecta a la viabilidad del modelo agroindustrial, económicamente insostenible e incapaz de responder a las nuevas pautas de consumo diferencial.

Es desde este contexto desde donde podemos explicar las actuales demandas de los consumidores de los alimentos vinculados a un ecosistema concreto, a un “saberhacer”, a variedades tradicionales, a una trayectoria histórica específica, etc., productos que reme-



moran “el sabor de la naturaleza” (Lozano e Isabel Durán, 2010). Tales atributos se incorporan a los productos como valor añadido y marcan su “anclaje territorial”. Ello explica que este proceso de etiquetas territoriales y de calidad se conviertan en herramientas que crean confianza en el consumidor, en la medida que posibilitan la trazabilidad de los alimentos (Lozano y Aguilar, 2010).

2.3. Las etiquetas agroalimentarias y su importancia

Nuestro análisis entiende las etiquetas agroalimentarias territoriales como acuerdos institucionalizados. En otras palabras, como nuevas reglas de juego entre los diferentes actores involucrados en la producción, el procesamiento y el consumo de los productos etiquetados. Esto significa que el proceso de establecer estas nuevas reglas es un ejercicio de repensar y rediseñar la realidad en la que el producto se inscribe. Lo cual incluye al ser humano, la naturaleza y su coevolución.

En nuestro análisis hemos dividido las etiquetas agroalimentarias territoriales según su objeto de protección: un producto o una comunidad. La primera categoría se refiere a aquellas etiquetas que tratan de preservar un producto o proceso productivo específico. Como ejemplo paradigmático encontramos las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y las Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG). La segunda categoría es la que se centra en proteger una comunidad territorialmente definida, a partir de garantizar el origen de sus productos, y están representadas por las etiquetas regionales. Aunque ambas categorías son definidas como iniciativas locales y colectivas, su creación tiene objetivos diferentes, y la consecuencia de su implementación será también diferente.

Siguiendo tal marco conceptual, podemos decir que en el primer caso el producto y las prácticas que lo originan son el objetivo de la protección. Por lo tanto, los nuevos acuerdos redefinirán la coproducción y posterior coevolución para privilegiar un producto concreto sobre otros posibles. En el segundo caso, la comunidad y el territorio que ocupa es el objeto de preservación. Así que los nuevos acuerdos buscarán reorientar la coproducción y coevolución con el objetivo de preservar esa comunidad y su territorio.

2229

3. METODOLOGÍA Y RESULTADOS

Nuestra investigación combina las tradiciones de la antropología social y la sociología rural, así que la metodología implementada responde a un esquema interdisciplinar. La estrategia seguida responde al uso del estudio de caso con una perspectiva interpretativa y un enfoque centrado en el actor. Durante el trabajo de campo se han recogido datos cualitativos y cuantitativos, y han sido analizados de forma comparativa entre ambas unidades de observación.

3.1. La selección de las unidades de observación

Ya hemos mencionado que este estudio se basa en dos zonas rurales europeas: Frisia en el noroeste de los Países Bajos y Sierra de Cádiz en el suroeste de Andalucía (Figura 1). La selección de estas unidades de observación responde a un doble juego de similitudes y diferencias, centrada en las siguientes variables: (1) Similar tipología de zona rural, (2) Similar importancia de estrategias de etiquetado, (3) Contextos institucionales contrastantes y (4) Modelos de etiqueta contrastante.





Figura 1: Localización de la Sierra de Cádiz y Frisia. Fuente: Wikipedia, ACEDERSICA y elaboración propia

3.1.1 Tipología de zona rural

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo, Frisia y la Sierra de Cádiz son zonas rurales intermedias (2008, 2009), lo que nos puede llevar a pensar que ambas comparten una posición similar en sus respectivos contextos nacionales y regionales. Esta aproximación es excesivamente reduccionista, y en consonancia con el criticable uso de las variables numéricas como forma de categorización, proponemos una aproximación diferente. Así, teniendo en cuenta la historia y el contexto de ambas áreas, así como el marco conceptual del que partimos, las definimos como zonas de especialización agraria (Ploeg y Marsden, 2008).

3.1.2 Importancia de la estrategia de etiquetado territorial.

En ambas zonas existe tradición de uso instrumental de las etiquetas de origen. En la primera, el Grupo de Desarrollo Rural de Sierra de Cádiz (GDR), el etiquetado de calidad constituye un instrumento central en su estrategia de desarrollo, y el apoyo a las mismas es un compromiso fuerte que va más allá de la simple financiación. De hecho, el gerente de este GDR lo es también de la DOP de Aceite de Oliva de la Sierra de Cádiz. Factor que indica la vinculación entre ambas instituciones. En la actualidad el GDR se encuentra involucrado en la obtención de dos nuevas PDOs para queso de las dos razas autóctona, la cabra “payoya”, y la “oveja merina grazalemeña”.

En el caso de Frisia, la Wadden Group Foundation nace formalmente el 26 de Abril de 1996 en Texel, con el objetivo de contribuir al desarrollo económico sostenible medioambientalmente de la zona denominada Waddenregion mediante tres principios: (1) agricultura respetuosa con el medio, (2) procesamiento local de esa producción, (3) venta y promoción de los Waddenproducten. Para conseguir este objetivo crean la primera etiqueta, Waddenproducten, una marca colectiva controlada por la fundación y sus miembros. Aquella primera marca ha evolucionado y se ha diversificado de la agricultura a otros sectores como el de la pesca o el turismo, y hoy en día existen más de 100 tipos de productos y servicios certificados bajo el paraguas de la etiqueta Wadden Goud. Nuestro trabajo se ha centrado en el funcionamiento de la fundación y de manera más específica la cadena de la oveja Texel, bajo la etiqueta de Echt Texel Product.

3.1.3 Contextos institucionales contrastantes

Suponen uno de los factores centrales que infieren en la diferenciación de ambos casos. En el caso de Andalucía y la Sierra de Cádiz, encontramos un modelo de desarrollo rural



sumamente institucionalizado e intervencionista (Aguilar et al., 2009). Mientras que el caso de Frisia, se trata de un modelo que busca la negociación para obtener la autonomía de los implicados frente a la administración y actores suprarregionales.

3.1.4 Modelos de etiquetado contrastantes

Las DOPs, son modelos cerrados y definidos por la legislación europea (EC. N° 510/2006) que regula el proceso de solicitud, así como las condiciones para su aceptación y el régimen legal en el que se enmarcan a nivel internacional². Esto significa que si bien la protección del producto tiene un amparo muy fuerte, también supone un mayor número de requisitos administrativos que conllevan la lentitud del proceso de solicitud, que suele sobrepasar los seis años, dado que los trámites deben recorrer un largo itinerario administrativo desde la localidad, hasta las administraciones regionales, y desde allí a Bruselas. Los controles de revisión de documentación son usuales y retardan aún más el proceso. Una vez finalizado con éxito, la existencia del Consejo Regulador es fundamental como institución que vela por el cumplimiento de las rígidas reglamentaciones técnicas y jurídicas que velan por la calidad de los productos certificados por las DOP

La etiqueta regional, al carecer de este reconocimiento internacional, sólo cuenta con el amparo del régimen de propiedad colectiva de marca, que impide su venta, transferencia o copia. Al ser el respaldo institucional aparentemente inexistente, también lo es el proceso burocrático. El registro de la marca y su logotipo son requisitos suficientes para comenzar a trabajar, y el nivel institucional viene únicamente representado por la creación de una Fundación que vela por la marca, en este caso la Wadden Group Foundation (WGF).

3.2. Análisis de las políticas existentes y los marcos legislativos

2231

Durante la fase previa al trabajo de campo recogimos información sobre las leyes y las políticas que influyen tanto las zonas de observación como los modelos de etiquetado. Encontramos que, pese a existir un marco europeo común, el principio de subsidiariedad ha permitido una implementación del mismo más acorde con la realidad local existente. Esta información unida a la observación participante durante los periodos de trabajo de campo nos han permitido comprender la naturaleza intervencionista de las instituciones públicas andaluzas, así como la existencia de un repertorio cultural que lleva a los actores locales a una actitud de dependencia institucional. Lo que resulta en una dinámica retroalimentada de instituciones intervencionistas y una sociedad civil que la solicita.

En el caso de Frisia, existe una tendencia contraria, que busca la autonomía de la sociedad civil frente al Estado holandés. Esta tendencia está relacionada con el pasado histórico y la existencia de una identidad frisona contestataria de la holandesa.

3.3. Mapeo y entrevistas de actores locales

El mapeo se centró en la zona definida por las etiquetas seleccionadas, que responde casi totalmente a unidades territoriales preexistentes. Durante su implementación nos centramos en las redes internas y analizamos sus formas y calidad³. En el caso de la DOP aceite de la Sierra de Cádiz, encontramos una red con una fuerte dirección de arriba abajo, donde cada estadio sólo se relaciona con el inmediatamente superior y el central. Aquí

² El marco actual de los DOP, IGP y TSG tiene su origen en el primer Estatuto de Protección Geográfica de aprobado por la comisión en 1992.

³ La calidad de una red refiere al sentido, dirección y reciprocidad de la información.



la información fluye siguiendo un patrón de representatividad, primero desde el centro a la periferia en forma de norma, y después de la periferia al centro en forma de solicitud. Sólo existe un espacio de negociación, y se encuentran localizados en el centro de la red. Esto influye de manera decisiva en la percepción que cada actor social tiene sobre la DOP y el resto de los actores, que en la mayoría de los casos la perciben como una institución autónoma que no tiene que responder ante ellos, sino al revés.

El mapeo de la etiqueta regional dibujó una red en la que existen múltiples espacios de interacción y encuentro. La información fluye de uno a uno entre la fundación y los miembros, haciendo ésta de mediadora entre los diferentes actores de una misma cadena, así como entre ellos y el mercado.

3.4. Entrevistas y observación participante

En este paso nos centramos en entrevistar a los diferentes actores identificados en la fase previa como participantes y no participantes, así como las instituciones relacionadas con ellos. En el caso de la DOP de aceite de la Sierra de Cádiz encontramos cuatro tipos de actores internos que corresponden a los tres pasos del proceso productivo (olivareros, almazaras y envasadoras) y el cuerpo técnico. En cuanto a las instituciones fundamentales destacamos al Consejo Regulador como espacio de encuentro y negociación de los actores ya mencionados, donde también encontramos representantes del GDR Sierra de Cádiz y la Oficina Comarcal Agraria (OCA). Las entrevistas se enfocaron en la relación con la DOP y los cambios acaecidos a raíz de su aparición, así como visiones generales del pasado, presente y futuro del sector y del territorio. La observación participante se ha centrado en asistir a las cooperativas y olivares durante el proceso de recolección y molienda, así como a la sede de la DOP para observar el proceso de cata y diferenciación de calidades entre apto y no apto. Una de los efectos más claros que la DOP ha tenido en el territorio, tanto en los que participan en ella como los que no lo hacen, es la aparición de la idea de calidad. De hecho, tal y como explicaremos a continuación, las normas de la DOP se aplican a frutos cuyo aceite puede no estar destinado a ser certificado.

En el caso de Frisia las entrevistas se centraron en los miembros de la Wadden Group Foundation (WGF), productores seleccionados e instituciones colaboradoras. Cabe destacar que la red plasmada por la WGF es mucho más compleja, y reúne a un doble Consejo: el Consejo Supervisor y el Consejo Ejecutivo. Dentro del primero se localizan personalidades reconocidas y reconocibles, tanto del mundo de la academia como de la esfera política y agrícola, y la membresía carece de remuneración pecuniaria alguna. Este consejo nombra a los miembros del Consejo Ejecutivo cuya labor es gestionar la marca Wadden Goud y conseguir financiación para nuevos proyectos en la zona. A diferencia del caso anterior, las otras instituciones privadas o públicas de la zona no tienen cabida en los consejos de la fundación, aunque la provincia de Frisia y los Grupos de Acción Local suelen participar financiando actividades a través de los fondos para el desarrollo. Cualquier miembro puede elevar una solicitud a cualquiera de los dos consejos, y el Consejo Ejecutivo debe atender y resolver el problema.

4. FACTORES COMUNES Y DIFERENCIALES EN LOS DOS MODELOS ESPECIALIZACIÓN PRODUCTIVA

A lo largo de este texto hemos comparado dos casos de utilización de etiquetado territorial en Europa, centrándonos en las características de cada etiqueta y de los marcos institucionales en los que se localizan, así como los territorios a los que se circunscribe. Creemos que si bien ambos casos se trata de ejemplos exitosos de especialización territorial en la



producción agroalimentaria de calidad, existen diferencias entre ambos, producto de una distinta trayectoria histórica, económica y cultural.

Con respecto al origen de ambas iniciativas, consecuencias y evolución, hemos comprobado el distinto grado de soporte institucional, mayor en la Sierra de Cádiz, donde la DOP ha sido una iniciativa del GDR. Mientras que tanto la etiqueta de Texel Lamb como la misma WGF parte de un colectivo de ganaderos locales. Esta diversidad de origen marca el funcionamiento de ambas. Las primera tienden a promover valores comunes y cooperación social, mientras las segundas tienden a ser una herramienta de mediación entre los distintos intereses (Cavazzani, 2007). En el caso de la DOP, hemos observado que los intereses de una parte de la cadena pueden llegar a primar sobre los de otra, llegando incluso a suponer un abandono de la misma. Tal y como se puede ver en la Figura 3, existe un nivel alto de abandono de las almazaras⁴ y cooperativas en la DOP. Del total de 12 entidades que han llegado a formar parte de la DOP Aceite de la Sierra de Cádiz, sólo 7 siguen perteneciendo hoy día.

EMPRESA	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TROVA CANTALEJO SL												
SCA EL AGRO											FIN	
SAT 1184 SAN JOSÉ OBRERO									FIN			
SCA OLIVICOLA CORPEÑA									FIN			
SCA SIERRA DELA LOS REMEDIOS												
SCA SAN ANTON												
ALMAZARA LAS PELAS												
ACEITES BLÁZQUEZ SL												
ALMAZARA EL VEHICULO												
SCA SIERRA DEL ROSARIO					INICIO						FIN	
SCA SIERRA DEL TERRE										INICIO		
SCA SAN JUAN BAUTISTA										INICIO		

Figura 2: Evolución de socios de la DOP Aceite de Oliva de la Sierra de Cádiz. Fuente: Consejo Regulador DOP Aceite de Oliva de la Sierra de Cádiz

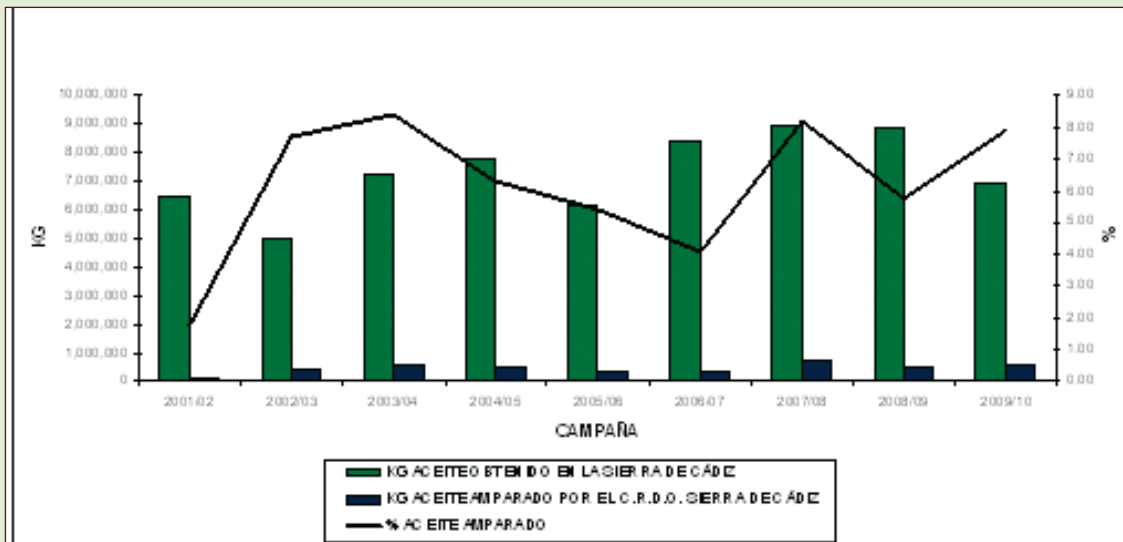
Otro elemento contrastante a la hora de implementar estas medidas es el identitario. Desde luego es preciso señalar que nos hayamos ante dos niveles distintos de unidades administrativas, pues mientras la Sierra de Cádiz es una comarca perteneciente a la región andaluza, el caso de Frisia es más complejo. La Waddenregion tiene como referencia una identidad histórica diferenciada y diferenciable, cuyo núcleo es una provincia del reino de los Países Bajos, pero cuya área remite a un espacio mayor por razones que explicaremos más adelante. Por ello el sentimiento de identidad será lógicamente mayor en el caso provincial que en el comarcal. La identidad territorial de referencia es un factor muy importante en este tipo de iniciativas, y si bien suele jugar a favor del proyecto, en el caso de Andalucía el localismo puede jugar un papel negativo para la implementación de las DOP. De nuevo, el factor aglutinante ha sido el nivel institucional, por tanto estamos ante un territorio que carece de peso cultural o histórico. Tal sucede en la Sierra de Cádiz, fruto de la territorialización que conllevó la aparición de la metodología Leader I a principio de los 90. Esta falla explica la creación de diferentes marcas propias de aceite en cada municipio dentro de la misma DOP, con lo que coexistieron múltiples marcas a un mismo tiempo. Esta estrategia usual en otros sitios, es poco operativa en una zona de escaso vo-

⁴ Almazara es el centro de producción del aceite donde se localizan el molino y los depósitos.



lumen de producción (ver Figura 3). El peso institucional del proceso explica también la no correspondencia entre la demarcación geográfica de la Sierra de Cádiz con los pueblos que amparan la marca a la que da nombre, pues realmente sólo 7 de los 13 municipios que de la DOP pertenecen realmente a la geografía de la Sierra de Cádiz.

En el caso de la WFG, la estrategia se circunscribe a un territorio de identidad compartida, tal y como comentamos en el punto 3.2, la identidad frisona puede ser articulada en contraposición a la nacional holandesa, lo que supone una fuerte herramienta de creación del nosotros de la que carece la Sierra de Cádiz. Es importante subrayar que Frisia es una de las regiones de los Países Bajos con mayor nivel de identidad e historia propia. Frisia fue una zona independiente hasta su unión a las 17 Provincias en 1524, que se levantaron contra el dominio español en la zona en 1568. Pese al intento del estado holandés de eliminar el uso del frisón a través de su no utilización en la totalidad del sistema educativo hasta 1993, los frisonos todavía mantienen su idioma y una cultura propia.



2234

Figura 3 Evolución sobre producción de aceite y porcentaje de aceite amparado. Fuente: Consejo Regulador DOP Aceite de la Sierra de Cádiz

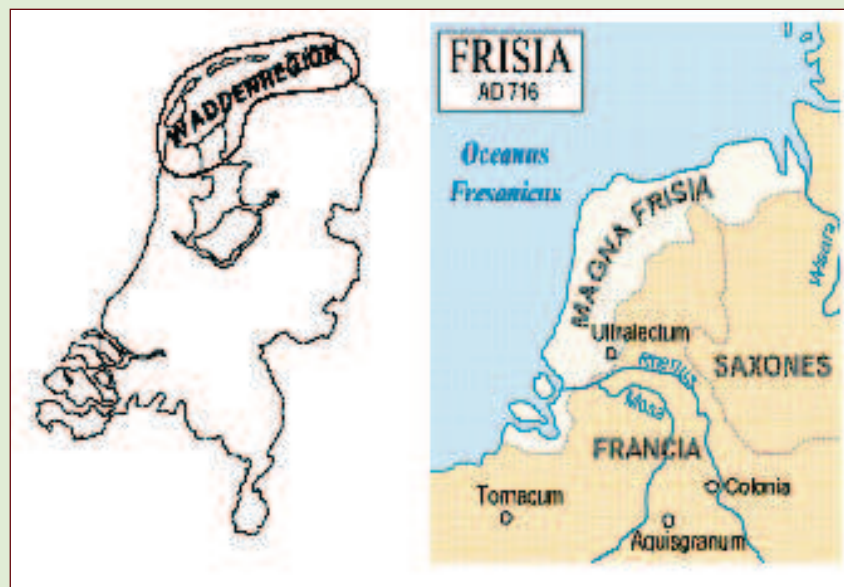


Figura 4. Zona de referencia delimitada por la WGF dentro de Frisia. Fuente: (Roep, 2001) y Wikipedia



El último punto que queremos destacar como elemento a tener en cuenta es la relación entre las etiquetas y el territorio en el que se circunscriben. La DOP tiene como objetivo asegurar una calidad que debe producir un aumento de la plusvalía obtenida de los aceites etiquetados. El esquema es claro, y aunque según pudimos comprobar, no todo el aceite etiquetado se vende como tal, en la mayoría de los casos el aceite se paga en torno al 20% más que el virgen extra no etiquetado. La relación con el territorio acaba allí, la etiqueta transforma el territorio en un recurso activo que beneficia a los habitantes del mismo, aunque la WGF da un paso más.

Si bien existe una plusvalía para aquellas personas que forman parte de la red amparada por la fundación (Roep, 2001), existe también un mecanismo muy interesante para contribuir a la transformación del territorio y la autonomía de la red. Según estipulan los acuerdos entre los miembros y la fundación, el 2,5% de los beneficios obtenidos por la venta de los productos o servicios etiquetados van a un Fondo de Desarrollo y Promoción Territorial. Este fondo es manejado por el Consejo Supervisor, y cualquier miembro de la red puede presentar un proyecto al mismo para su financiación. De esta forma, la WGF posee financiación propia para intervenir en el territorio que ampara, algo que las DOP no suelen poseer, y al ser obtenidos de los beneficios de los miembros no supone un riesgo para los mismos.

5. BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Encarnación y Carmen BUENO (coord.) (2003). *Las Expresiones Locales de la Globalización*. México y España, CIESAS, Universidad Iberoamericana y Ed. Porrúa, México.

AGUILAR, Encarnación, Carmen LOZANO, Ignacio L. MORENO, y Alberto PÉREZ (2009), “Entre la tradición y la innovación: políticas de empleo femenino y desarrollo rural”, *Sociología del Trabajo*, 65: 111-136.

BANKS, Jo y MARSDEN, Terry (2001) “The nature of rural development: the organic potential”, *Journal of Environmental Policy and Planning*, 3: 103-121.

CAVAZZANI, Ada (2007) “Future perspectives for the alternative agrofood networks in Italy”, XXII Congreso de la European Society for Rural Sociology. Wageningen, 19 al 24 de Agosto 2007.

KNICKEL, Karlheinz y RENTING, Henk (2000) “Methodological and conceptual issues in the study of multifunctionality and rural development”, *Sociologia Ruralis*, 40 (4): 512-528.

LASH, Scott y John URRY (1997) *Economías de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la postorganización*. Buenos Aires, Amorrutu

LOZANO CABEDO, Carmen y AGUILAR CRIADO, Encarnación (2010) “Natural, tradicional y de la tierra. La promoción de la calidad agroalimentaria en los nuevos espacios rurales andaluces”. En M. SOLER y C. GURRERO (coords.) *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*. Sevilla, Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura, pp. 126-139.

LOZANO CABEDO, Carmen y DURÁN SALADO, Isabel (2010) “La saveur de la nature comme patrimoine”. En A. BERGER, P. Chevalier, G. CORTES y M. DEDEIRE (coords.) *Patrimoines, héritages et développement rural en Europe*. París, L’Harmattan, pp. 205-223.

MIELE, Mara y PINDUCCIU, Diego (2001) “A market for nature: linking the production and consumption of organics in Tuscany”, *Journal of Environmental Policy and Planning*, 3 (2): 149-162.



- ORGANIZACIÓN para la COOPERACIÓN y el DESARROLLO (2008) Rural Policy Review: The Netherlands. OECD Publishing.
- ORGANIZACIÓN para la COOPERACIÓN y el DESARROLLO (2009) Rural Policy Review: Spain. OECD Publishing.
- PLOEG, Jan Douwe van der (1997) "On rurality, rural development and rural sociology". En J.D. van der PLOEG y A. LONG (eds.) Images and Realities of Rural Life: Wageningen Perspectives of Endogenous Rural Development. Assen, The Netherlands, Royal Van Gorcum, pp. 7-30.
- PLOEG, Jan Douwe van der (2008) The New Peasantries: Struggles for Autonomy and Sustainability in an Era of Empire and Globalization. London, Earthscan.
- PLOEG, Jan Douwe van der, MARSDEN, Terry (2008) Unfolding Webs: The Dynamics of Regional Rural Development. Assen, The Netherlands, Royal Van Gorcum.
- PUGLIESE, Patrizia. (2001) "Organic Farming and Sustainable Rural Development: A Multifaceted and Promising Convergence", Sociologia Ruralis, 41(1): 112-130.
- ROEP, Dirk (2001) "The Waddengroup foundation: The added value of quality and region", Case study NL4 The Socioeconomic Impact of Rural Development Policies: Realities and Potentials" (FAIR CT 984-288).
- TREAGEAR, Angela, FILIPPO, Arfinib, GIOVANNI, Bellettic y MARESCOTTIC, Andrea (2007) "Regional foods and rural development: The role of product qualification", Journal of Rural Studies, 23 (1): 12-22.

