

La preservación de los paisajes de olivar y el desarrollo regional de Andalucía

Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Luis Amador Hidalgo, Juan M. Arjona Fuentes

Universidad Loyola Andalucía. Campus de Córdoba. Escritor Castilla Aguayo nº 4. CP: 14004

ABSTRACT

El aprovechamiento del capital territorial resulta básico para impulsar el desarrollo de una región. En el caso de Andalucía, la cultura del olivo ha aportado un gran valor paisajístico y medioambiental, ofreciendo la diversidad de los paisajes olivareros un marco idóneo para aquellas iniciativas que aprovechan, con fines turísticos, todos los elementos culturales vinculados a este cultivo. El oleoturismo refuerza el carácter multifuncional de los paisajes de olivar pues, haciendo un uso sostenible de los recursos existentes, permite que se incremente el bienestar de la población rural. En la presente comunicación se propone a esta modalidad turística como una opción para diversificar la actividad económica, contribuyendo así a la promoción del desarrollo regional de Andalucía y a la preservación de los paisajes de olivar que en ella se ubican.

Palabras clave: *Oleoturismo, paisajes de olivar, desarrollo regional.*

INTRODUCCIÓN

La importancia de la dimensión paisajística del territorio ha sido reconocida en algunas declaraciones internacionales (la Convención del Patrimonio Mundial de la UNESCO celebrada en 1992; la Carta del Paisaje Mediterráneo publicada en 1992, la Convención Europea del Paisaje celebrada en 2000 y la Agenda Territorial de la Unión Europea 2020) que abundan en la necesidad de preservar los paisajes como elemento esencial de la cultura mundial. El territorio constituye, en sí mismo, un recurso cultural y económico de primer orden, lo que remite a un nuevo concepto, el de patrimonio territorial, que hace referencia tanto a su disposición físico-natural como a los recursos patrimoniales disponibles en cada ámbito, incluidos aquellos de carácter intangible que refuerzan la identidad y confieren una mayor competitividad a los territorios. La dimensión territorial posee recursos específicos que son los que marcan las diferencias y acrecientan la competitividad en el contexto socioeconómico actual. En este sentido, cualquier elemento de un territorio puede operar como factor potencial de desarrollo: productos locales, modos tradicionales de obtenerlos, paisajes, alojamientos, arquitectura, hechos históricos relevantes, flora, fauna, ríos y espacios acuáticos, orografía, tradiciones gastronómicas, música, fiestas, ritos, imágenes, modismos, conocimientos, actividades agrarias, etc.

Cada vez se valoran más determinados elementos inmateriales y algunas actividades, relacionados con la identidad territorial, que se revelan como fundamentales de cara a presentar una nueva concepción del desarrollo en zonas rurales, y cuyo valor se corresponde con su pertenencia a la cultura y patrimonio locales o regionales. Este es el caso de todo lo que rodea al mundo del olivo, del aceite de oliva y de los paisajes de olivar en Andalucía.

En este trabajo se analiza el caso concreto de la región andaluza y cómo una modalidad turística, el oleoturismo, puede contribuir a promover la conservación de los paisajes de olivar en ella ubicados, así como hacer factible un aumento de las rentas percibidas por los habitantes de las zonas rurales productoras de aceite de oliva. En definitiva, puede considerarse a esta actividad turística como una vertiente más del carácter multifuncional de estos paisajes, que contribuya a la preservación de los mismos, a la vez que a diversificar tanto el aprovechamiento de los recursos ligados a la cultura del olivo como los ingresos provenientes de su explotación, todo lo cual contribuirá a potenciar el desarrollo económico y social de la región. Mediante este tipo de iniciativas turísticas se consigue diversificar las actividades económicas en el medio rural andaluz, vinculando la puesta en valor del patrimonio territorial (los paisajes de olivar) con la promoción del desarrollo rural y regional.

LOS SISTEMAS AGRARIOS Y SU MULTIFUNCIONALIDAD

El paisaje es un componente fundamental del patrimonio natural y cultural de muchos países, regiones y comarcas, un elemento clave para el bienestar individual y social y un recurso para la actividad económica, capaz de generar empleo, renta y, por tanto, básico para fijar la población en el medio rural y propiciar el desarrollo de esas zonas. En particular, la relación entre agricultura y paisaje es estrecha y tiene ya un cierto recorrido. No obstante, los vínculos tradicionales entre ambos se han renovado y reorientado en las últimas décadas con motivo de, entre otras razones, la asunción académica y normativa de los planteamientos del Convenio Europeo del Paisaje (Consejo de Europa, 2000).

En general, determinados paisajes agrarios reciben una especial atención desde una perspectiva patrimonial. En este sentido, encontramos ejemplos como el de los regadíos tradicionales (Silva y Orozco, 2011), la dehesa (Silva, 2010), las campiñas cerealistas (Baraja, 2010), los paisajes de viñedos (Molinero, 2010) o los paisajes de olivar (Guzmán, 2005a; Loumou y Giourga, 2003). El olivar constituye una constante en los variados paisajes mediterráneos y su dominante arbórea, perennifolia, relativamente abierta y con variopinto sotobosque herbáceo y florístico, impone una imagen viva, de tonos estacionalmente cambiantes. Así, en el caso que nos ocupa, ¿cuándo devienen paisajes los territorios del olivar? Cuando media la emoción y se produce la interacción necesaria entre el sujeto que percibe y el objeto percibido (Guzmán y Zoido, 2013).

La consideración a la hora de determinar la participación de los sistemas agrarios, y el caso del olivar no es una excepción, en procesos de desarrollo rural o regional, de características distintas a la productividad y a la mera rentabilidad financiera, han sido objeto de diversos estudios debido a la creciente sensibilidad que la sociedad muestra por la consideración y valorización de determinadas externalidades, particularmente las de naturaleza medioambiental. En general, las nuevas funciones que se le reconocen a los mencionados sistemas están ligadas, según Allaire (1996) a la aparición de nuevos productos, nuevos derechos y nuevos bienes públicos, en los que los sistemas agrarios intervienen directamente o indirectamente. Características como la sustentabilidad (Daly y Gayo, 1995; Calatrava y Sayadi, 2001), la calidad productiva (Casabianca, 1993; Guillou, 1994), el equilibrio, la eficiencia, el valor económico total (Campos, 1994; Campos *et al.*, 1996), el nivel de interacción medioambiental (Altieri, 1993) y el socio-cultural (Calatrava y González, 1992; Sánchez de Puerta, 1996) de estos sistemas deberían ser tenidos en cuenta a la hora de valorar su funcionamiento actual y las posibles transformaciones, y determinar así su idoneidad en marcos correspondientes a procesos de desarrollo rurales y/o regionales. Por su parte, algunos estudios analizan, además del aspecto estético de los sistemas agrarios, las actividades económicas terciarias que generan o en las que participan, tales como el turismo rural, (Calatrava y Sayadi, 1997; Sayadi y Calatrava, 1997) o el oleoturismo (Ruiz, 2011; Duarte y Northcote, 2010). Por último, otros trabajos muestran, dentro de la filosofía de aprovechamiento integral de recursos endógenos en el ámbito rural, la importancia del turismo rural en general (Grolleau, 1987; Lane, 1994), o del oleoturismo, en particular (Millán *et al.*, 2010; Molina *et al.*, 2011), como actividades que complementan aquellas consideradas como básicas para la

economía local. En definitiva, todo apunta hacia el concepto de multifuncionalidad de los sistemas agrarios¹.

Por otra parte, en el ámbito internacional el sector turístico está sujeto a continuos cambios debido al creciente número de factores que intervienen en su conformación como motor económico independiente. La Comunidad Autónoma Andaluza se caracteriza por ser un espacio turístico, de gran singularidad, en el que conviven diferentes grados de desarrollo y modelos de explotación turística con una fuerte presencia de la propuesta de sol y playa. Desde hace años los organismos públicos y privados vienen trabajando en la elaboración de planes de fomento del turismo, entre los que destaca el III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2016, el cual tiene como objetivo general contribuir al desarrollo e impulso de un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad en los destinos turísticos andaluces, promoviendo, al mismo tiempo, la innovación en la gestión turística y el apoyo a sectores turísticos menos consolidados que posibiliten la diferenciación y el liderazgo de Andalucía como destino de referencia internacional. Por tanto, Andalucía no ha permanecido al margen del proceso de evolución de este sector, y aunque se sigue relacionando la oferta turística andaluza con el segmento más clásico, desde hace unos años han surgido otras propuestas alternativas: el turismo deportivo; el turismo de aventura; el turismo de naturaleza; el turismo cultural; el turismo urbano; el turismo rural; el turismo de cruceros; el turismo de reuniones; el turismo gastronómico, el turismo industrial, el turismo idiomático y el turismo de salud y belleza.

En España el sector del aceite de oliva aún representa un importante aporte de riqueza, no sólo económica, sino también cultural y de identidad de cara al exterior. La necesidad del campo español en general, y del andaluz en particular, de encontrar nuevos canales de diversificación económica ha planteado la posibilidad, considerando las tendencias turísticas más recientes, de aprovechar un segmento hasta ahora menos explotado, el que corresponde a las prácticas y actividades productivas y consuntivas ligadas al aceite de oliva (el oleoturismo considerado como una actividad de turismo rural, de turismo industrial o de turismo gastronómico).

Aunque la producción agropecuaria continua siendo la principal actividad económica en el medio rural andaluz, no puede seguir considerándose como el

¹ La multifuncionalidad representa el hecho de que estos sistemas realizan en el espacio rural que ocupan, y para la comunidad local que los desarrolla, funciones de diversa índole que van más allá de su papel productivo de alimentos y materias primas vegetales y animales, dando lugar a otros bienes y servicios, algunos de los cuales suelen ser bienes públicos.

único pilar sobre el cual sustentar su desarrollo. El desarrollo rural no depende sólo del sector agrario. Se fomentarán otras formas de actividad económica que contribuyen a mantener la población rural y consolidar la economía de las regiones rurales (Objetivo nº 3 of the Communication of the Commission to the Council. Commission of the European Communities. June, 1991), (Consejería de Agricultura y Pesca, Ley del Olivar. Documento de reflexión. Grupo de Ordenación del Territorio y Desarrollo Rural, 2009) (Ley del Olivar de Andalucía, 2011), (Foro Europeo de las Regiones Olivareras, 2012).

En el contexto actual se refuerza el papel de los recursos patrimoniales, vinculados a un territorio, de carácter único e irreplicable. Este sería el caso de los paisajes de olivar en Andalucía, donde el territorio pasa de ser considerado un agente pasivo, o mero soporte físico de los procesos de desarrollo, a constituirse en agente activo de los mismos. La posibilidad de convertir algunos territorios en escenarios turísticos, facilitadores del desarrollo, va a propiciar que algunas comarcas rurales en Andalucía consideren la actividad turística casi como la única alternativa para conjurar el marasmo económico y el colapso demográfico, en especial en zonas de montaña, de difícil acceso o con problemas para generar procesos de desarrollo. Para bastantes zonas de la comunidad andaluza resulta fundamental aprovechar aquellos recursos territoriales, sobre todo los relacionados con la actividad turística, que puedan contribuir al desarrollo de las mismas.

LOS PAISAJES DE OLIVAR ANDALUCES

El olivar es un elemento configurador de Andalucía y forma parte de su capital territorial². Si algo caracteriza al cultivo del olivar en Andalucía es su gran diversidad en muchos aspectos. El mismo presenta en la región una enorme diversidad estructural, agronómica y productiva que persiste, aunque en menor medida, en cualquier ámbito territorial considerado (provincial, comarcal o municipal). Su importancia histórica y cultural obliga a considerarlo, al menos a determinados olivares, como algo más que un cultivo destinado a la producción de aceite. Es tanta la historia asociada a ellos que se les puede considerar como auténticos paisajes culturales, como parte de un legado secular. Y esta funcionalidad, histórico-cultural, debería ser tenida en cuenta y valorada (Guzmán, 2005a). La

² Aquí se hace referencia a las capacidades o potencial específico que caracterizan a una región y la diferencian de otras. El capital territorial está configurado por una amplia gama de factores socioculturales (capital social), geoambientales, económicos, institucionales y factores intangibles (entorno creativo e innovador).

continua expansión histórica de este sistema agrícola ha marcado el paisaje, la economía y la cultura de numerosas comarcas de la comunidad andaluza. En muchas zonas la extensión territorial de los olivares y su carácter de monocultivo ha condicionado el modo de vida de una parte importante de la población. Se trata, además, de uno de los cultivos que más empleos generan por unidad de superficie en Andalucía (en torno al 32 por ciento de la mano de obra de todo el sector agrícola y ganadero), lo que le ha dado el apelativo de "cultivo muy social". En términos relativos es la actividad más rentable económicamente y con mejor desempeño social, al menos si se compara con otros usos alternativos (agrarios o forestales) del territorio. De hecho, cualquier circunstancia que promueva el abandono del cultivo generaría unos efectos socioeconómicos negativos de importancia: pérdida de renta de los agricultores, disminución de la riqueza del conjunto de la población e incremento de la tasa de desempleo. Por último, Gómez-Limón y Arriaza (2011) destacan la importancia medioambiental del cultivo. En general, suele ser bastante extensivo y no tan agresivo para el medio ambiente como en el caso de otras producciones agrarias. No en vano, el olivar es uno de los cultivos, junto con los cítricos, cuya conversión a la agricultura ecológica resulta más sencilla. En esta misma línea cabe señalar cómo, tradicionalmente, el olivar andaluz ha venido soportando una rica biodiversidad, siendo un claro ejemplo de sistema agrario de alto valor natural (Beaufoy *et al.*, 1994; Bignal y McCracken, 2000). Tal circunstancia ha sido posible al ser sistemas donde históricamente se han conjugado una baja intensidad productiva (escaso uso de agroquímicos), la presencia de olivos viejos asociados a vegetación herbácea semi-natural durante buena parte del año y su localización en zonas con usos del suelo variados.

Globalmente considerados, los paisajes de olivar andaluz presentan una enorme diversidad estructural, agronómica y productiva que persiste, aunque en diferente grado, en cualquier ámbito territorial considerado (provincial, comarcal, municipal). Guzmán (2005b), mediante el método de superposición cartográfica, auxiliado por cartografía tanto analógica como digital, ha llevado a cabo un contraste multivariante que le ha permitido elaborar una clasificación territorial del olivar en Andalucía. De esta manera, es posible distinguir diversos tipos de paisajes de olivar andaluz en función de las características del medio físico (**Figura 1**): olivar de campiña, olivar sobre colinas sedimentarias, olivar sobre cerros sedimentarios, olivar sobre llanuras y vertientes metamórficas, olivar de lomas y llanuras sobre depósitos aluviales, olivar de llanura sobre depósitos diluviales, olivar sobre planicie de origen endógeno, olivar de vegas interiores semiáridas, olivar en mosaico de cuencas interiores, olivar sobre

llanuras, lomas y colinas de litología variada, y olivar de sierra litoral.

Por lo tanto, no queda otra alternativa que reconocer los matices del cultivo del olivo, algunos muy ostensibles y determinantes, que a menudo reflejan profundas diferencias agronómicas y territoriales. A pesar de esta diversidad, a gran parte de estos paisajes se les reconoce una serie de valores comunes asociados (carácter multifuncional de los paisajes de olivar andaluz) (Nogué y Sala, 2008):

- Valores estéticos: la capacidad que tiene un paisaje para transmitir un determinado sentimiento de belleza. Los valores paisajísticos forman un conjunto indisoluble con otros elementos de índole cultural. En este caso se trata de zonas o ámbitos olivareros con destacados valores plásticos, de belleza visual.
- Valores ecológicos: factores o elementos que determinan la calidad del medio natural. Un olivar no está formado únicamente por los olivos, sino que siempre tiene una serie de recursos asociados a él como el suelo, el agua, otras plantas y la fauna que habita en el mismo. En este sentido, el cultivo del olivar destaca por su adaptación al clima mediterráneo, su eficiencia en el empleo del agua y su ocupación, por lo general, de terrenos no aptos para otros cultivos, que constituyen muchas veces conjuntos con alto valor medioambiental y paisajístico, refugio de flora y fauna singulares.
- Valores productivos: la capacidad de un paisaje de proporcionar beneficios económicos, convirtiendo sus elementos en recursos.
- Valores históricos: los olivares mantienen vivo un legado cultural centenario que refleja las huellas (impronta) más relevantes que los diferentes pueblos han dejado en este paisaje a lo largo de la historia.
- Valores de uso social: la utilización que hace un individuo o un determinado colectivo de un paisaje. Los olivares son paisajes agrarios que, a diferencia de los espacios modelados por la naturaleza (riscos, cárcavas, oquedades) o diseñados intencionalmente por el hombre (parques y jardines), aúnan de manera indisoluble fisonomía y funcionalidad.
- Valores simbólicos y de identidad: corresponde a la identificación que un determinado colectivo hace de un paisaje.

Todos estos valores son componentes de este auténtico capital territorial de Andalucía que, aprovechado de manera conveniente, pueden contribuir al desarrollo rural y regional en un sentido amplio.

LOS PAISAJES DE OLIVAR COMO RECURSO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA

Se considera como oleoturista aquella persona que realiza un desplazamiento en su tiempo de ocio, a un lugar distinto al de su residencia habitual, para profundizar en el conocimiento de la cultura del olivo y del aceite, no teniendo que alojarse en un lugar específico, y desarrollando alguna/as de las siguientes actividades (turismo a la carta):

- Visita a almazaras (en Andalucía existen más de 800), a viejos molinos aceiteros, a antiguas haciendas (cortijos), a oleotecas y tiendas especializadas o a museos del aceite. Con esta práctica se puede conocer el proceso de producción específico del aceite de oliva.
- Visita a la explotación agraria y contemplación de la estética de los paisajes de olivar. Dentro de este apartado, como actividad singular, se puede destacar también las visitas para contemplar ejemplares monumentales que es posible encontrar en algunas zonas productoras.
- Participación en fiestas del aceite que se celebran en determinadas localidades productoras.
- Conocimiento de las diferentes tradiciones populares vinculadas a la cultura del olivo.
- Participación en actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista.
- Recorrido de las rutas³ vinculadas a las 12 Denominaciones de Origen del Aceite de Oliva existentes en algunas provincias de Andalucía: Cádiz (Sierra de Cádiz), Córdoba (Lucena, Baena, Montoro-Adamuz y Priego de Córdoba), Granada (Montes de Granada y Poniente de Granada), Jaén (Sierra de Segura, Sierra de Cazorla y Sierra Mágina), Málaga (Antequera) y Sevilla (Estepa).
- Asistencia a ferias comerciales relacionadas con la producción del aceite de oliva.
- Conocimiento de las características de otras industrias relacionadas con el olivo y el aceite de oliva (cosmética, conserveras, artesanía de madera, aceitunas aderezadas, etc.).

Para diversas comarcas andaluzas el olivar es la única fuente de ingresos directos e indirectos de la población, siendo la actividad económica principal en más de 300 municipios andaluces y para 250.000 familias. Precisamente esa gran dependencia del cultivo del olivar, que muestran muchos municipios

³ Se trata de itinerarios que permiten conocer y disfrutar el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural de cada zona. Se organizan en torno a un producto clave, el aceite de oliva en este caso, que las caracteriza y les otorga el nombre.

en Andalucía, provoca fuertes incertidumbres para muchos productores respecto a la percepción de rentas. Ello es debido a que la cantidad y calidad de la producción anual no se conocen de antemano con certeza. Esta incertidumbre está vinculada a determinados elementos incontrolables, como el clima, que condicionan fuertemente la producción agrícola. Los efectos de estos factores incontrolables se agudizan por la estacionalidad de la producción del olivar que concentra, en pocos meses, el trabajo y las rentas de todo el año. Para hacer frente a la variabilidad de la producción y, por tanto, de las rentas de las personas dedicadas al cultivo del olivo, en determinadas comarcas se oferta la práctica del oleoturismo, como actividad complementaria vinculada a la cultura del olivo, generándose una simbiosis entre dos sectores, el agrícola y el turístico, representado el desarrollo de esta modalidad la utilización, como reclamo turístico, de todos aquellos aspectos vinculados a dicha cultura.

Desde un planteamiento pluridimensional del concepto del desarrollo, que no reduce su significado al ámbito estrictamente económico, sino que se orienta hacia la consecución de objetivos económicos, sociales, medioambientales y culturales, existen suficientes argumentos para considerar a los paisajes de olivar como un recurso clave para potenciar el desarrollo en determinadas comarcas de Andalucía. En este sentido, una de las vías más frecuentes para poner en valor los recursos patrimoniales es orientarlos hacia el ocio y el turismo. Se trataría de convertir en producto turístico el patrimonio relacionado con la cultura del olivo en Andalucía, como contribución al desarrollo regional. Además, no se debe obviar que los productos turísticos que ponen en valor el patrimonio tienen un fuerte componente territorial.

La diversidad de los paisajes de olivar ofrece un marco idóneo para el desarrollo de actividades de oleoturismo: la contemplación de la belleza de estos paisajes y el disfrute de las sensaciones de paz y tranquilidad vinculadas a ellos, las visitas a las almazaras, las catas, así como el estudio de la cultura y la historia del aceite. Muchas de estas actividades pueden generar empleo y renta, facilitando la fijación de la población en el ámbito rural en el que se realizan. En definitiva, el oleoturismo puede considerarse como una iniciativa más para promover el desarrollo de la Comunidad Andaluza.

CONCLUSIONES

Partiendo de un planteamiento que prioriza el carácter del territorio como recurso, un aprovechamiento inteligente del capital territorial es uno de los aspectos de los que depende el desarrollo

de una región. Las estrategias de desarrollo integral deben incluir entre sus ejes de actuación la valorización de dicho capital. El territorio es, al mismo tiempo, un factor de identidad local, de generación de riqueza y empleo, de diversificación productiva, de organización y cohesión social, de innovación, de calidad, de producción y gestión de bienes públicos, de suministro de bienes y servicios culturales, etc. En definitiva, es un recurso multifuncional que integra elementos para impulsar el desarrollo.

Cada vez se valoran más determinados elementos inmateriales y algunas actividades que se encuentran asociados al hecho cultural, o sea, a la propia identidad territorial. El paisaje, la arquitectura popular, las fiestas y tradiciones, la artesanía o la gastronomía se erigen como componentes fundamentales de cara a una nueva concepción del desarrollo en zonas rurales cuyo valor añadido reside, precisamente, en el poder que les confiere su pertenencia a la cultura y el patrimonio local. La calidad del paisaje es considerada, en zonas que cuentan con gran potencial turístico como Andalucía, un aspecto fundamental para promover el desarrollo rural y regional. En este sentido, los paisajes de olivar andaluces no son una excepción. Los diferentes valores de estos paisajes son componentes claves del capital territorial andaluz y pueden contribuir al desarrollo rural y regional en un sentido amplio (económico, social y medioambiental). Ahora bien, la diversidad de estos paisajes exige que no sean tratados como un sector homogéneo con problemáticas similares. Muy al contrario, este cultivo se desarrolla en zonas edafo-climáticas diferentes, que dan lugar a diversos tipos de olivicultura, y que tienen una capacidad igualmente diferente de satisfacer las demandas sociales.

Bajo la presión de una competencia creciente los territorios más innovadores buscan nuevas oportunidades para los procesos de desarrollo, activando los recursos genéricos para convertirlos en específicos, lo que conlleva una revalorización de su territorio. Este último puede considerarse como un auténtico activo de cara al impulso de tales procesos, dado que representa la base sobre la que se sustentan actividades diversas, entre ellas, algunas relacionadas con el turismo. Desde hace unos años se observan cambios en los hábitos de muchos turistas, incluidos aquellos que eligen Andalucía como destino, dado que orientan sus preferencias hacia otras modalidades turísticas distintas a la clásica de sol y playa. En consonancia con esta evolución, la utilización de los espacios de interior y la reconversión del capital territorial ubicado en zonas rurales para usos turísticos vienen acompañados de la consideración de aspectos como la autenticidad, la identidad cultural de los territorios,

la revalorización de las raíces y una mayor concienciación medioambiental de las sociedades urbanas.

En el ámbito de la Unión Europea los retos de la agricultura se concretan en la capacidad productiva del sector agrario, en la creciente diversidad de dicho sector y de las zonas rurales, tras las sucesivas incorporaciones de nuevos países miembros, y en las exigencias de los ciudadanos en relación con el medio ambiente, la seguridad y calidad de los alimentos, la nutrición, la salud y el bienestar animal, las cuestiones fitosanitarias, la preservación del paisaje y de la biodiversidad y el fenómeno del cambio climático. La reforma de la PAC, para el sexenio 2014-2020, se va a apoyar en un nuevo paradigma que considera también las denominadas funciones no comerciales (sin mercado) de la agricultura, promoviendo así la seguridad alimentaria, la conservación del medio ambiente, la lucha contra el cambio climático y el equilibrio social y territorial, con el fin de instaurar un crecimiento más sostenible, más inteligente y más inclusivo en las zonas rurales de Europa. En caso contrario, aumentaría el riesgo de que desaparezca la actividad agraria en aquellas zonas que no alcancen un nivel suficiente de competitividad en los mercados, al considerarse solamente la función productiva e ignorarse el resto de costes y beneficios sociales vinculados a los sistemas agrarios.

En Andalucía el olivar es la primera especialización productiva de la agricultura andaluza y tiene una gran importancia social. Aproximadamente el 17% de la superficie regional está ocupada por olivos, lo cual hace que las circunstancias de este cultivo sean determinantes para la realidad socioeconómica, cultural y medioambiental de gran parte de esta comunidad. La vulnerabilidad del olivar andaluz es más que evidente debido a los riesgos a los que está expuesto: medioambientales (erosión), agronómicos (plagas), sociales (envejecimiento de los agricultores), territoriales (el futuro de numerosos pueblos depende de este cultivo) o los de tipo económico (derrumbe de los precios e incrementos de los costes de producción). Además, en este sector, gran parte de las rentas netas que obtienen los agricultores proceden de las ayudas instrumentadas desde la PAC, cuya evolución, como ya se ha mencionado, va a determinar un nuevo escenario para el sexenio 2014–2020. En el caso concreto de la Comunidad Andaluza, se abre una nueva etapa en la dinámica de los paisajes de olivar. Habrá que impulsar iniciativas para que los productores puedan optar por diferentes alternativas: reestructuración, reconversión hacia otros cultivos o actividades, o bien la preservación o continuidad sobre la base de la contribución al desarrollo rural sostenible, dado el carácter multifuncional y

generador de externalidades positivas del olivar. En definitiva, Andalucía puede aprovechar la multifuncionalidad de sus paisajes de olivar, un patrimonio indisoluble a su propia realidad, a su identidad y a sus gentes. Y no sólo por su importancia económica, sino porque ha generado, a lo largo del tiempo, una cultura específica que tiene en este cultivo y su fruto su razón de ser.

La necesidad de encontrar alternativas de diversificación económica para muchas localidades ubicadas en zonas oliveras y que presentan un alto grado de dependencia del sector primario, junto con las nuevas tendencias para zonas de interior, surgidas en el sector del turismo, otorgan un papel especialmente relevante a aquellas actividades que permiten capturar la esencia de esa cultura que rodea al mundo del olivo y del aceite de oliva. Se trata de prácticas turísticas con las que diversificar las actividades económicas en el medio rural andaluz, vinculando la puesta en valor del patrimonio territorial (los paisajes de olivar) con la promoción del desarrollo rural y regional: la generación de empleo, la fijación de la población, la creación de capital social en el medio rural y la preservación de los paisajes de olivar y del patrimonio cultural asociado a los mismos. Un hecho que también ayudaría a la consecución de esto último sería la declaración de los paisajes de olivar como Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad por parte de la Unesco. Algunos ejemplos representativos de paisajes amparados bajo este tipo de declaraciones serían el Paisaje Agavero y las Antiguas Instalaciones Industriales del Tequila (México) o el paisaje vitícola enclavado en la de jurisdicción de Saint-Emilion (Francia).

La contemplación de los paisajes de olivar representa una nueva propuesta para disfrutar del tiempo libre que, además, ha de contribuir a difundir el modo de vida de la tierra, las bondades del aceite de oliva y propiciar el disfrute de todo lo relacionado con el olivo. Además, contribuye a dinamizar las actividades económicas tradicionales y revalorizar las características culturales locales y regionales, aportando alternativas reales de empleo en zonas rurales de Andalucía. Así pues, se trataría de una actividad complementaria, sobre todo cuando la producción de aceite deja de ser rentable.

En la región de la oleicultura por excelencia, esta oferta puede complementarse con la del turismo de naturaleza, el turismo rural y también con el turismo cultural de las ciudades Patrimonio de la Humanidad localizadas en ella. Serán las Administraciones Públicas las que deban implementar programas que contribuyan a potenciar y consolidar este segmento turístico, considerado estratégico tanto para el desarrollo territorial como para el económico, dado su alto valor añadido. En definitiva, los paisajes de

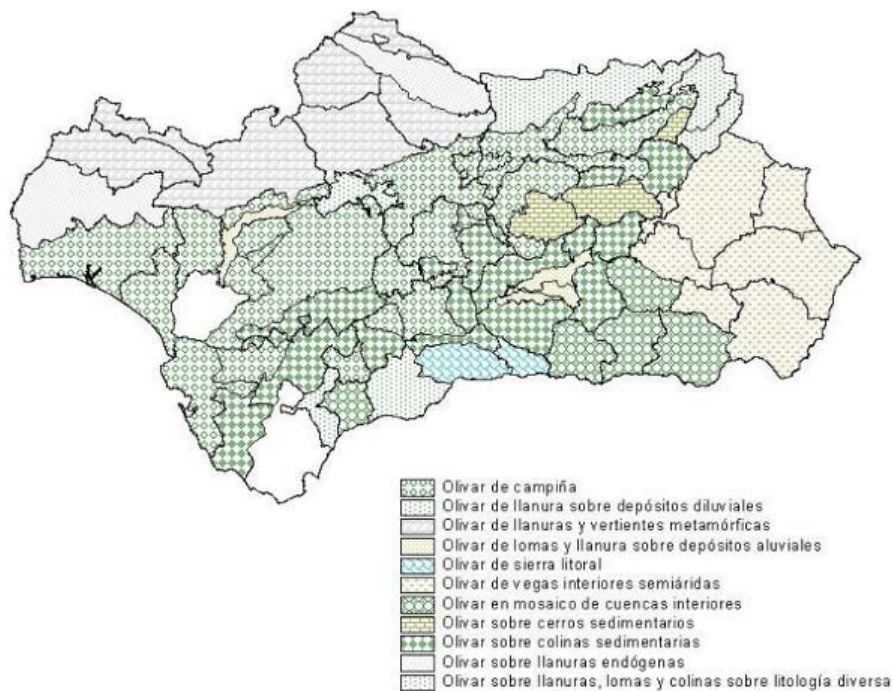
olivar son un producto turístico que puede favorecer el desarrollo económico y territorial de algunas comarcas andaluzas de interior.

BIBLIOGRAFÍA

- ALLAIRE, G. Transformation des systèmes d'innovation: Réflexions à partir des nouvelles fonctions de l'agriculture. En: ALLAIRE, G.; HUBERT, B. & LANGLET, A. (eds.). *Colloque Nouvelles Fonctions de l'agriculture et de l'espace rural. Enjeux et défis identifiés par la recherche*. Paris: INRA. Actes du Colloque de Toulouse, 17-18 décembre, 1996.
- ALTIERI, M. *El estado del arte de la Agroecología y su contribución al desarrollo rural en América Latina*. Berkeley: Universidad de California. Consorcio Latinoamericano sobre Agroecología y Desarrollo (CLADES), 1993.
- BARAJA, E. La Tierra de Campos. En: Molinero, F., Ojeda, J. y Tort, J. (coords.): *Los paisajes agrarios de España. Caracterización, evolución y tipificación*. Madrid: Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, 2010, pp. 218-239.
- BEAUFOY, G.; BALDOCK, D. y CLARK, J. *The nature of farming: Low intensity farming systems in nine European countries*. London: IEEP, 1994.
- BIGNAL, E. M. y McCracken, D. I. The nature conservation value of European traditional farming systems. *Environmental Reviews*, 2000, vol. 8, issue 3, pp. 149-171.
- CALATRAVA, J. y GONZÁLEZ, M. C. Potentialisation des éléments culturels dans les processus de développement rural: le cas de l'Alpujarra. In: *Suds et Iles Méditerranéennes: Terres d'initiatives ou terres d'assistance?* Ajaccio: Edition Universitaires de Corse, 1992.
- CALATRAVA, J. SAYADI, S. Turismo y desarrollo rural: un necesario equilibrio. En: *Curso de Verano Estrategias Turísticas y Desarrollo Rural. Oportunidades y Limitaciones*. Guadix: Universidad de Granada. Centro Mediterráneo, 8 de Septiembre, 1997.
- CALATRAVA, J. y SAYADI, S. Interdisciplinarité et Agriculture Durable: Implication pour l'Enseignement Agricole. In: *Proceedings Journées d'Etudes du REIFEA (Réseau Interuniversitaire de Formation des Enseignants Agricoles)*, Toulouse (France): 2001.
- CAMPOS, P. El valor económico total de los sistemas agroforestales. *Agricultura y Sociedad*, 1994, n° 71, pp. 243-256.
- CAMPOS, P.; DE ANDRÉS, R. y URZAINQUI, E. Valor Económico Total de un espacio de interés natural. La dehesa del área de Monfragüe. En: AZQUETA, D. y PÉREZ, L. (eds.), *Gestión de Espacios Naturales*. Madrid: Ed. McGraw-Hill, 1996.
- CASABIANCA, F. Qualité et valorisation des produits régionaux dans le développement des zones marginalisées. En: *Rencontre Internationale sur le Développement des Zones Défavorisées Méditerranéennes*. Fes-Sefrou (Maroc), 1-4 Novembre, 1993.
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. *The development and future of the CAP*. Brussels: Communication of the commission to the council, COM (91) 100 final, February, 1991.
- CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA. *Ley del Olivar*. Sevilla: Documento de reflexión. Grupo de Ordenación del Territorio y Desarrollo Rural, 2009.
- CONSEJO DE EUROPA. *Convenio Europeo del Paisaje*. Florencia: Consejo de Europa, 2000.
- DALY, E. y GAYO, D., Significado, conceptualización y procedimientos operativos del desarrollo sostenible: posibilidades de aplicación a la agricultura. En: Cadenas, A. (ed.). *Agricultura y desarrollo sostenible*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Secretaría General Técnica, 1995.
- DUARTE ALONSO, A. y NORTHCOTE, J. The development of olive tourism in Western Australia: a case study of an emerging tourism industry. *International Journal of Tourism Research*, 2010. Vol. 12, issue 6, pp. 696-708. Doi: 10.1002/jtr.786.
- FORO EUROPEO DE LAS REGIONES OLIVARERAS. Bruselas: Marzo, 2012.
- GÓMEZ-LIMÓN RODRÍGUEZ, J.A. y ARRIAZA BALMÓN, M. *Evaluación de la sostenibilidad de las explotaciones de olivar en Andalucía*. XIII Premio Unicaja de Investigación Agraria. Málaga: Analistas Económicos de Andalucía, 2011. Disponible en <https://www.unicaja.es/resources/1320671483909.pdf>.
- GROLLEAU, H. *Le tourisme rural dans les 12 états membres de la CEE*. Luxembourg: Office des Publications officielles des Communautés Européennes, 1987.
- GUILLOU, M. La qualité, instrument de politique agricole? En: CERF, M. et al. (dir.), *Qualité et systèmes agraires. Techniques, lieux, acteurs*. Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement n° 28. Paris: INRA, 1994.
- GUZMÁN ÁLVAREZ, J. R. El Palimpsesto cultivado. Propuesta de un catálogo de paisajes culturales históricos del olivar andaluz. En: *I Congreso de la Cultura del Olivo*. Jaén: 27 al 29 de octubre, 2005a.
- GUZMÁN ÁLVAREZ, J. R. Catálogo de unidades territoriales del olivar andaluz. En: *I Congreso de la Cultura del Olivo*. Jaén: 27 al 29 de octubre. 2005b.
- GUZMÁN, J. R. y ZOIDO, F. El olivar andaluz en su dimensión paisajística. Espacio vivo y paisaje sentido. En: IZQUIERDO TOSCANO, J. M. (coord.), *Andalucía, el Olivar* (capítulo 4). Sevilla: Editorial Juan Ramón Guillén, 2013.
- LANE, B. Les stratégies du tourisme et le développement rural. En: *Politique du tourisme et le tourisme international dans les pays de l'OCDE*. Paris: OCDE, 1994.
- LEY DEL OLIVAR DE ANDALUCÍA. Sevilla: BOJA n° 205 de 19 de octubre 2011.
- LOUMOU, A. y GIOURGA, C. Olive groves: "The life and identity of the Mediterranean". *Agriculture and Human Values*, 2003 vol. 20, issue 1, pp. 87-95.
- MILLÁN, G.; MORALES, E. y AGUDO, E.M. El oleoturismo como motor de desarrollo rural: La denominación de origen de Montoro-Adamuz. *Mundo Agrario. Revista de Estudios Rurales*, 2010, vol. 11, n°21, pp. 1-28.
- MOLINA, V.; QUESADA, J.M. y RUIZ, I. Potencial del oleoturismo como diversificación económica del sector cooperativo agrario: el caso español. *Revista de Ciencias Sociales*, 2011, vol. XVII, n° 3, pp. 533-541.
- MOLINERO, F. La Ribera del Duero. En: Molinero, F., Ojeda, J. y Tort, J. (coords.). *Los paisajes agrarios de España. Caracterización, evolución y tipificación*. Madrid: Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, 2010, pp. 218-239.
- NOGUÉ, J. y SALA, P. El paisaje en la ordenación del territorio. Los catálogos de paisaje de Cataluña. *Cuadernos Geográficos*, 2008 n° 43, pp. 69-98.
- RUIZ GUERRA, I. Olive oil as a tourist resource: conceptual boundaries. *Olivae*, 2011, n° 115, pp. 32-47.
- SÁNCHEZ DE PUERTA, F. *Extensión agraria y desarrollo rural*. Madrid: Secretaría General Técnica. MAPA. Serie Estudios, n° 123, 1996.
- SAYADI, S. y CALATRAVA, J. El potencial agroturístico: análisis preliminar de un sondeo en La Alpujarra Alta Oriental Granadina. En: *Curso de Verano: Estrategias Turísticas y Desarrollo Rural: Oportunidades y limitaciones*. Guadix: Universidad de Granada. Centro Mediterráneo, 8 de Septiembre, 1997.
- SILVA PÉREZ, R. La dehesa vista como paisaje cultural: fisonomías, funcionalidades y dinámicas históricas. *Ería: Revista cuatrimestral de Geografía*, 2010, n° 82, pp. 143-157.

- SILVA PÉREZ, R. y OROZCO FRUTOS, G. Análisis territorial de la agricultura. Bases conceptuales y ensayo metodológico. *Ciudad y Territorio: Estudios Territoriales*, 2011, nº 167, pp. 33-52.

Figura 1.



Fuente: Guzmán, 2005b