

## **Vender sueños de patrimonio provocando pesadillas de desarrollo local sustentable. Reserva de la Biosfera Sierra Nevada, España**

*Ángeles Piñar Álvarez*<sup>1</sup>

### **1. Objetivo básico y conceptualización**

El objetivo básico del presente artículo es analizar el conflicto latente y existente en municipios rurales de alta montaña en el territorio de una región marginada de marcado carácter turístico situada en Sierra Nevada, una Reserva de la Biosfera de España. El desarrollo económico en el conjunto de municipios situados en espacios protegidos será escudriñado partiendo del concepto de desarrollo local sustentable entendido como estrategia de desarrollo económico concertado con la sociedad local rural que habita en los municipios de las áreas naturales, y declaradas como protegidas en España, orientado a la conservación de los recursos mediante un manejo que permita su uso para generaciones presentes y futuras. Para ello se analizaron los procesos de transformación económica en el territorio y el nivel de preservación de la biodiversidad a lo largo de dos décadas (1986-2006) desde la perspectiva de los actores sociales en la Reserva de la Biosfera y con un enfoque decididamente cualitativo.

El argumento central consiste en definir conservación como el motor del desarrollo económico en los municipios localizados en áreas naturales protegidas. El fomento socioeconómico del medio rural impulsando básicamente el sector ecoturístico no garantiza la conservación del medio natural y cultural en el territorio. Esta relación de dependencia conservación-desarrollo local es impensable sin la participación de la población local y sus `actores sociales`, que actúan e interactúan desde el municipio en la reserva de la biosfera. El término `actor social` en este trabajo está restringido a entidades sociales (individuos, grupos de individuos e instituciones públicas y privadas) que pueden tomar decisiones y actuar según las decisiones tomadas en el municipio. El concepto no cubre colectivos o categorías sociales que no formulan y toman decisiones en común en el territorio, esto es, los actores sociales operan en un contexto físico, histórico-cultural y dentro de unas estructuras socioeconómicas y políticas en continua transformación. Estos se enfrentan a

---

<sup>1</sup> El Colegio de Veracruz, Carrillo Puerto no. 26, Zona Centro. Xalapa, Veracruz CP 91000. Tel. 8415100 (ext. 112). [angelespinaralvarez@gmail.com](mailto:angelespinaralvarez@gmail.com). [www.colver.edu.mx](http://www.colver.edu.mx)

limitaciones económicas, especialmente en zonas de alta montaña, y limitaciones orientadas por políticas medioambientales conservacionistas. La capacidad de dichos actores para afrontar dichas limitaciones y para organizarse y participar en la planificación y gestión del territorio será de vital importancia para alcanzar el desarrollo rural sustentable (Long 1992: 16-42). Los actores sociales, tanto dentro del municipio como fuera del mismo, están presentes en el mismo territorio pero poseen percepciones muy distintas de la misma realidad (Verbole 1999: 57). Son múltiples las percepciones y realidades que influyen de forma directa en la forma que los actores sociales responden a los programas, proyectos e inversiones para el desarrollo rural y/o para la conservación por parte de las instituciones públicas y privadas. El actor social y sus percepciones se ven representados en este trabajo a través de 109 testimonios, los cuales nos permitieron recoger una gran variedad de perspectivas relacionadas con el desarrollo y preservación de los recursos naturales y culturales del territorio:

- Los productores agropecuarios. Tanto mayores como jóvenes, en parte trabajando en el campo a tiempo parcial y, en parte, asalariados de la empresa pública y privada;

- Las pequeñas empresas familiares de productos naturales y artesanales, también de servicios turísticos y sus asalariados;

- Los visitantes con estancia (turistas) y sin estancia (excursionistas) españoles y extranjeros (holandeses, alemanes, daneses y australianos) en los municipios.

- Las instituciones públicas y privadas que actúan sobre el municipio, tanto locales (alcaldes, diputación provincial) como extralocales, esto es, regionales (Comunidad Autónoma de Andalucía), nacionales (Confederación Hidrográfica del Sur) y Europeas (Grupo de Desarrollo Regional Leader Alpujarra).

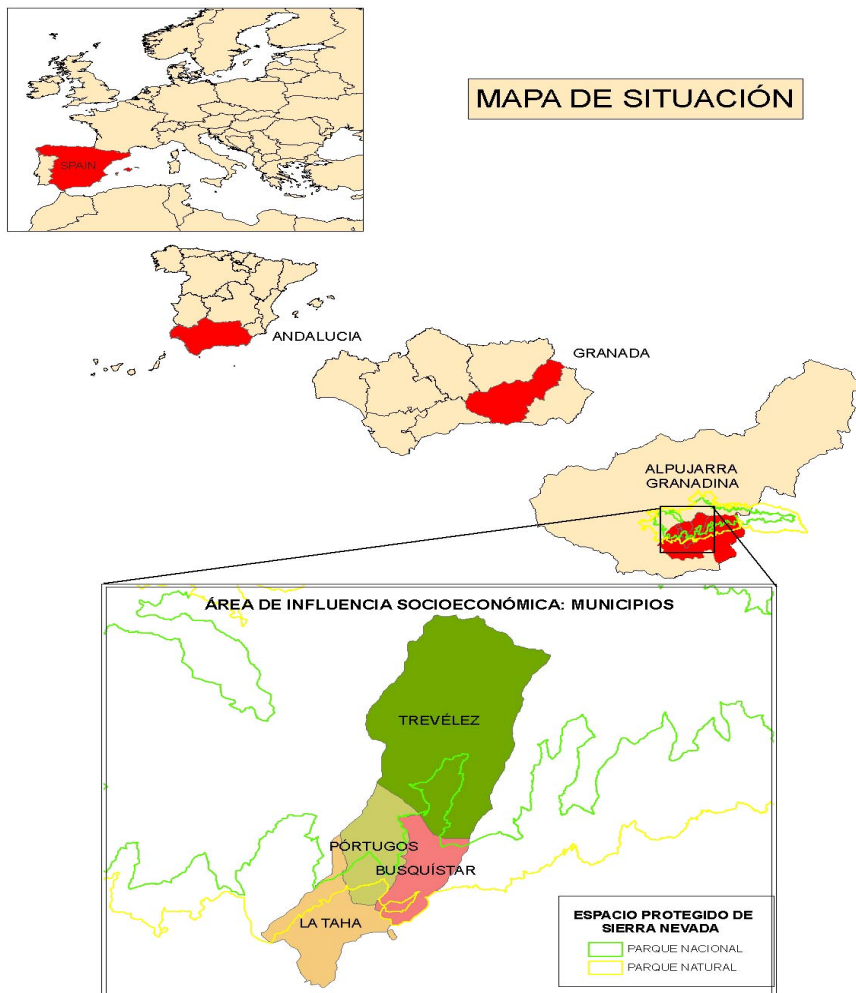
Desde la ciencia regional y los nuevos planteamientos y perspectivas que presenta el desarrollo rural para el ámbito local, la investigación del territorio Sierra Nevada se verá impulsada desde hace tres décadas por numerosos estudiosos. Geógrafos e historiadores escriben sobre la Alpujarra realizando análisis regionales y estableciendo fórmulas de planificación y gestión integrada ante la fuerte intervención pública desde numerosas instituciones locales, nacionales e internacionales en el ámbito del desarrollo rural y la conservación del espacio natural Sierra Nevada (Rodríguez 2000; 1998; García 1999; Jiménez & Rodríguez 2000: 77ss; Jiménez 2000; Rosúa 2003). El conjunto de estudiosos introducirán la dicotomía entre 'conservación - desarrollo' en el territorio de Sierra Nevada haciendo especial énfasis en un conjunto de municipios dentro de Sierra Nevada, La

Alpujarra. Desde la Economía regional y la Sociología Agraria las aportaciones de investigadores levantarán asimismo una voz crítica ante el fuerte carácter desarrollista del sector turístico en la región de la Alpujarra en detrimento de la actividad agropecuaria y del desarrollo rural en su conjunto (Sayadi & Calatrava 1995).

Dichas disciplinas y autores son el punto de partida del presente trabajo a nivel de cuatro municipios insertos en la región la Alpujarra, una de las cuatro comarcas del espacio protegido Sierra Nevada. Sus aportaciones serán proyectadas a través del ángulo de la teoría económica del desarrollo rural sustentable y la instrumentación empresarial de la mercadotecnia responsable para empresas locales de bienes y servicios situados en municipios de Sierra Nevada. De vital importancia para el acercamiento a la visión en los municipios sobre conservación y desarrollo local sustentable será el enfoque cualitativo dentro de las ciencias sociales.

#### **La región: municipios rurales en la reserva de la biosfera Sierra Nevada**

Se eligieron cuatro municipios rurales en la región con menos de 1000 habitantes cada uno (Trevélez, Busquistar, Pórtugos y la Taha de Pitres) en una de las regiones situadas en la provincia de granada en la montaña de Sierra Nevada, La Alpujarra granadina.



Fuente: Instituto de Desarrollo Regional, Universidad de Granada (2006)

De los municipios, y su distribución por comarcas y provincias en el conjunto del macizo nevadense recogidos en el Plan de Desarrollo Sustentable del Parque Natural Sierra Nevada (JA 2004 a: 15, 21) se realizó una selección de cuatro municipios por razones medioambientales, socio-culturales y económicas: (a) Por su similitud del medio físico (geomorfología, clima, flora, vegetación), especialmente por la dinámica hidrológica gracias a las acequias de riego centenarias, reminiscencias del pasado musulmán en la península ibérica y compartidas por los cuatro municipios; (b) Asimismo, por la diversidad de el marco socioeconómico y cultural con un amplio catálogo de aprovechamientos económicos de recursos en el territorio que han configurado el rico paisaje rural y cultural en la actualidad. (c) Y, finalmente, por la integración parcial o total en el territorio protegido de la Reserva de la Biosfera, el Parque Natural y Nacional con `una rica biodiversidad` de máxima protección.

A su vez, todos ellos forman parte de la Región Objetivo 1 de la Unión Europea o regiones 'económicamente pobres o marginadas' de España en el conjunto de la Unión Europea. Estos cuatro municipios elegidos tienen un total del 85,6% de su territorio protegido por alguna de las tres figuras de conservación (Reserva de la Biosfera o Parque Natural y Parque Nacional) y tan sólo un 14,4% formará parte del Área de Influencia socioeconómica, tal y como se refleja en el cuadro 1.

Cuadro 1: Parque Natural y Nacional Sierra Nevada: Superficie protegida y AIS

REGION ALPUJARRA (SUR) PROVINCIA GRANADA MUNICIPIOS	SUPERFICIE MUNICIPAL	SUPERFICIE DENTRO DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA Y PARQUE NATURAL		SUPERFICIE DENTRO DEL PARQUE. NACIONAL		TOTAL SUPERFICIE MUNICIPAL PROTEGIDA  =Superficie del Parque Sierra N.		TOTAL SUPERFICIE MUNICIPAL NO PROTEGIDA  =AIS	
	(1)	(2)		(3)		4=2+3		5=1-4	
	Has.	Has.	%	Has.	%	Has.	%	Has.	%
TAHA (LA)	2.575	482	18,7	188	7,3	670	26,0	1.905	74
PORTUGOS	2.087	517	24,4	1.335	64,0	1.852	88,7	235	11,33
BUSQUISTAR	1.783	1592	89,3	72	4,0	1.664	93,3	119	6,7
TREVELEZ	9.107	761	8,4	8.346	91,6	9.107	100,0	0	0
TOTAL MUNICIPIOS ESTUDIADOS	15.552	3.352	21,6 %	9.951	64%	13.303	85,6%	2.249	14,4%
PROVINCIA GRANADA	210.209	48.400	23	70.953	33,8	119.353	56,8	90.856	43,2
AIS TOTAL MUNICIPIOS	322.572	85.750	26,6	86.208	26,7	171.958	53,3	150.614	46,7
Fuente: Elaboración propia según datos de JA (2004 a: 22-23)									

Como podemos observar en el cuadro, las diferencias de extensión superficial de cada uno de los cuatro municipios en el espacio protegido van desde tener una cuarta parte del territorio (26%, La Taha) a tener todo el territorio dentro del espacio protegido (100%, Trevélez). La suma de la superficie del conjunto de los municipios en Sierra Nevada es de 332.572 has., tan sólo el 52,3% de la superficie municipal está protegida y sólo un 26,7% altamente protegida con la figura de Parque Nacional. El resto de la superficie municipal, 150.614 (46,7%), no está protegida por las figuras de protección, pero es lo que constituye el "área de influencia socioeconómica municipal" del espacio natural en ambas figuras de protección. En el conjunto del espacio protegido Sierra Nevada, el 59,20% de la propiedad es de carácter público (ayuntamientos y gobierno regional) y tiene un manejo de carácter

forestal y el 40.80% es de carácter privado y su uso es agropecuario y recreativo (JA 2004 a: 23, 78).



### **El espacio protegido: Sierra Nevada**

Hoy por hoy, Andalucía cuenta con más del 18% de la superficie regional declarada como área protegida, con más de un millón y medio de hectáreas. Paralelamente, la aplicación de la Directiva Hábitats 92/43/CEE propondrá el establecimiento de áreas protegidas en el conjunto de la Unión Europea. Con la declaración de Sierra Nevada como Reserva de la Biosfera (1986), misma fecha en la que España ingresa a la Comunidad Económica Europea, la proyección del territorio de esta Sierra en el ámbito internacional dará reconocimiento a una zona ecológica representativa de las distintas regiones biogeográficas que constituyen espacios de gran diversidad biológica, con características naturales de gran interés científico o que representan ejemplo de paisajes en los que la interacción hombre-naturaleza es necesaria (UNESCO 1996). En 1989, Sierra Nevada será declarada Parque Natural por el gobierno estatal o Junta de Andalucía con la promulgación de la Ley 2/89, de 18 de julio. Diez años después (1999), la Ley 4/1999 incluirá el macizo de Sierra Nevada a la Red de Parques Nacionales y la conservación de su biodiversidad es declarada de interés general para la Nación.

En su conjunto, Sierra Nevada se caracteriza por la gran heterogeneidad de condiciones ecológicas, por la amalgama de paisajes entrelazados por nexos de carácter biofísico y la variedad de prácticas económicas en el territorio. Ahora bien, aún cuando la legislación e instrumentos de gestión afecta a todos los municipios por igual, repartidos por una superficie aproximada de 2000 km<sup>2</sup>, cada municipio de los estudiados presenta peculiaridades propias entorno a los elementos del medio físico (geomorfología, clima, hidrología, flora y vegetación, fauna), del patrimonio natural, del patrimonio cultural e histórico-artístico y de los usos del suelo, asociados a procesos de transformación económica del territorio en su conjunto. Esas peculiaridades locales se aprecian sólo mediante el uso de métodos cualitativos en la elaboración de un diagnóstico eco-socioeconómico, cultural e institucional de los municipios.

En el mismo, la perspectiva de los actores sociales permite realizar una planificación estratégica para el desarrollo sustentable de municipios en espacios protegidos (Bigné, Font & Andreu 2000). Para dicho diagnóstico fueron necesarios 6 meses de trabajo de campo. En el mismo, tras el análisis estadístico, se incluyeron los datos primarios recogidos de las técnicas de 'la observación' (participante y no participante) y de la entrevista (ad hoc, receptiva, semiestructurada y discusión) a los actores sociales de los cuatro municipios buscando la máxima variación de las perspectivas (Streiffeler 1991) en torno a su percepción sobre desarrollo local y conservación del espacio protegido que los engloba.

## **2. Desafío teórico-instrumental para el desarrollo rural sustentable**

La aproximación teórica presente parte del análisis de cómo los individuos y los grupos de individuos en la interacción crean, recrean y transforman su mundo más cercano y local, marcados por discrepancias en valores, intereses, conocimientos y poder. Ello posibilita el desarrollo sustentable a nivel de municipio, siempre y cuando los procesos y prácticas económicas y relaciones sociales se organicen y orienten desde la conservación de recursos naturales y culturales. Se constató que las relaciones sociales en municipios tan pequeños de alta montaña van de estrechas relaciones personales-familiares (marido-mujer-hijos-resto de familiares) a relaciones de intercambio organizativas no-formales o formales (grupos, organizaciones privadas) movidas por distintos intereses y desde los distintos sectores de la economía (Long & Van der Ploeg 1994: 62-90). Si bien la dinámica demográfica natural y migratoria ha esquilado la población en la región de la Alpujarra, en su conjunto y todos los municipios estudiados, también es cierto que la complejidad y diversidad de los procesos organizativos y las prácticas locales muestran una gran riqueza y un fuerte dinamismo. Los distintos actores locales usan distintos principios de organización, en función de los vínculos familiares, los vínculos en el territorio tras la experiencia o no experiencia con la fuerte emigración de los años 50-60 y 70 e inmigración desde los años 90, según la edad, según la pertenencia a una clase social y según el sector de la economía (sector artesanal o industrial del jamón, sector turístico, sector agropecuario). Dichos principios organizativos no sólo se mezclan cuando se trata de aceptar o rechazar políticas orientadas al desarrollo rural o de conservación del territorio, sino que además los procesos de organización y prácticas de redes sociales están muy lejos de rozar la pasividad a nivel local o extra-local.

A raíz del trabajo de campo, el modelo de sustentabilidad económica local defendida por Toledo (1997a, 1997b), Barkin (2000, 1998) y Leff (2005) es un modelo de desarrollo alternativo basado en la rehabilitación productiva de los ecosistemas y su potencial ecológico

y ambiental gracias a la participación directa de la población local y a los programas públicos orientados a la creación y mejora del empleo y a la mejora de los niveles de vida en las comunidades o municipios, en este caso comunidades de alta montaña "subdesarrolladas" económicamente y sitas en espacios de gran riqueza y diversidad biológica. Para los autores y para la presente investigación la sustentabilidad a nivel de municipio es un `proceso´ más que un conjunto de metas, determinadas tras un diagnóstico desde y para el territorio, caracterizado por la participación local en el proceso productivo desde la conservación de los recursos. Dicho proceso productivo, entendido como producción, transformación, comercialización y consumo de recursos naturales implica:

- La movilización social y política por la conservación de los recursos naturales locales asociados al agua – básicamente -, a la tierra, a la historia y a la cultura de la Alpujarra;

- La oferta de consumo de productos de calidad (bienes naturales, bienes artesanales, servicios asociados al sector turístico, rural y de la naturaleza) para consumo local y nacional y/o internacional pero producido y/o transformado en el espacio protegido y comercializado (distribución y comunicación) de forma directa.

Cuando hablamos de desafío instrumental nos referimos a la mercadotecnia sustentable o responsable. Ante los efectos del calentamiento global y la presencia de la problemática ambiental en los medios de comunicación son altos los niveles existentes de concienciación medioambiente en cualquier parte del planeta<sup>2</sup>. Ello no implica que los consumidores estén dispuestos a cambiar automáticamente patrones de consumo: la concienciación ambiental puede implicar o no cambios en el consumo responsable de productos producidos o transformados en los municipios rurales situados en Espacios Protegidos. Pickett; Kangun & Grove (1993 234-243) no encontraron relación directa entre preocupación medioambiental y comportamiento de consumo ecológico de productos de calidad. España y Andalucía no son la excepción.

En el caso de los productos ecológicos y su consumo en España es ingente el incremento de producción ecológica tanto en hectáreas como en productores (CAAE 2004). Sin embargo, el potencial de consumo no ha "cristalizado" en el cambio de hábitos de consumo de bienes de calidad de producción ecológica, salvo en el caso del aceite de oliva y productos hortofrutícolas. A su vez, el bajo porcentaje de participación de consumidores de productos ecológicos, no lo es por evitar 'los efectos nocivos' para los recursos naturales básicos, agua y tierra, sino que su consumo se debe a razones de 'salud y estética':



“Los consumidores españoles reflejan estar mucho más preocupados por la salud y por aspectos nutricionales y dietéticos que por el impacto ambiental que pueda tener lugar como consecuencia del proceso productivo de los productos que consumen (...) Las razones de salud y dietética configuran el principal factor de demanda potencial de productos ecológicos en España (...). Las razones del consumidor: “son más sanos” (44%); “son más naturales” (24%), “no contienen residuos químicos” (11%), “son mejores para el medioambiente (13%), “su sabor es mejor” (6%), otras razones (3%).” (Calatrava 1999: 91)

Para Calatrava (1999: 89-93) la estrategia de mercadotecnia para la venta de productos ecológicos por parte de las empresas, debería centrarse en atraer al consumidor mediante aspectos de salud y dietética, no necesariamente apelando a la necesidad de reducir o eliminar los efectos nocivos del consumo. Los factores que determinan significativamente una mayor probabilidad de consumo de producto o servicio ecológico es la importancia que el consumidor da al recibir información sobre la calidad del producto o servicio a la hora de comprar; sobre la importancia de producción sin contaminar la tierra, el agua y la naturaleza, haciendo hincapié en la gravedad de la gravedad del problema ambiental. Eso sí, a mayor nivel de estudios del consumidor, mejor es el flujo de información y la probabilidad de que aumente el consumo de bienes y servicios ecológicos.

Wasik (1996: 11) es explícito al afirmar que la empresa de productos no se puede permitir perder cuota de mercado. Por ello, ha de estar alerta al envío de señales claras del consumidor, preocupado por el deterioro medioambiental y el consumo, de productos ecológicos, desde su producción, transformación y venta. Esta cuestión es importante de cara a la producción de bienes y servicios, su transformación en empresas familiares situadas en municipios de espacios naturales protegidos. En relación a ello, Peattie (1999: 131-148) establece acertadamente que la mercadotecnia sustentable o responsable debe permitir un replanteamiento de los siguientes puntos centrales de la ciencia como instrumento:

1. “Análisis”: El análisis de deseos y necesidades del consumidor no se debe centrar en la demanda real y potencial sino también en la demanda posible de generaciones posibles. Este punto implica un cambio radical en el horizonte temporal de la formulación de estrategias de las empresas, compatible con los ecosistemas y con el entorno altamente protegido que las acoge.

2. “El concepto de bien o servicio (producto)”: La definición de producto está más allá que sus atributos tangibles (bien) e intangibles (servicio). Esta incluye la valoración de externalidades que provoca la producción y transformación de bienes y servicios en el

---

<sup>2</sup> Confr. Van Dam & Apeldoorn (1996: 45-56); Kilbourne, McDonagh & Portero (1997: 4-24).

territorio. Este planteamiento implica un cambio en el concepto de valor y, sobre todo, en el concepto de precio, a la hora de cubrir los objetivos de las empresas.

3. „El concepto de satisfacción“: Es fundamental modificar la visión extendida dentro del marketing de que la única forma de obtener satisfacción es mediante consumo material y/o posesión material. La satisfacción es posible gracias al mero uso o disfrute de bienes y servicios tangibles e intangibles, sin necesidad de poseerlo y/o destruirlos bajo la premisa de disfrute de la calidad del producto de carácter local en el espacio protegido.

Neace (1995: 33-37) prefiere hablar de las limitaciones físicas al crecimiento del sistema humano y de la propia empresa de bienes y servicios. Dichas limitaciones son denominadas “Ecoesfera” y son de cuatro tipos en el territorio donde se sitúa la empresa: la dimensión socio-cultural (estructuras sociales, redes sociales, valores, ética, cultura), la dimensión productiva-tecnológica (sectores económicos presentes en el territorio y la tecnología asociada) y la dimensión política o forma de gobierno y de representantes públicos activos en el territorio. Asimismo la dimensión organizacional o conjunto de redes de intereses, expectativas, derechos y obligaciones entre los diferentes grupos público-privados (empresariales o no empresariales).

Todas estas dimensiones o limitaciones deben convertirse en elementos de ventajas competitivas para la empresa o factores de competitividad ambiental de la empresa, entendida como capacidad de la empresa familiar en los municipios del AIS para conservar los recursos desde el aumento del valor de sus productos (bienes y servicios), de los valores ecológicos del espacio protegido, de los valores socio-culturales del municipio y del aprovechamiento sustentable de los recursos ambientales. La mercadotecnia es un instrumento empresarial fundamental para orientar el consumo responsable de los habitantes y visitantes de dichos municipios. En definitiva, la mercadotecnia sustentable es un proceso que comienza con el análisis del macroentorno territorial de la empresa y sigue con el análisis del microentorno (gestión de la innovación de bienes y servicios de calidad, distribución, comunicación y redes de relaciones) a fin de conseguir cambios en los valores (comportamiento) que permitan la realización de intercambios con patrones de consumo sustentables. Así es, la mercadotecnia responsable para las empresas familiares en los municipios situados en el área de influencia socioeconómica del Espacio protegido Sierra Nevada puede mostrarnos vías para reforzar la intención de compra de productos naturales, artesanales y servicios de calidad, propios de los municipios del área de influencia socioeconómica de Sierra Nevada.

### **3. Resultados**

El desarrollo local sustentable en municipios rurales de Sierra Nevada se caracteriza por el latente el conflicto que viven los actores sociales en los municipios: Mientras se está vendiendo Sierra Nevada como un sueño de espacio natural, las políticas rurales y medioambientales en los municipios ni impulsan las iniciativas económicas orientadas a la conservación, ni restauran los problemas medioambientales en los que se ven inmersos los habitantes y empresas familiares situadas en el espacio protegido. Se venden sueños pero no se evita la pesadilla de instituciones públicas encargadas de planificar y gestionar el desarrollo territorial, urbanístico y medioambiental del conjunto del humanizado macizo Sierra Nevada.

#### ***- La conservación no es motor de desarrollo en Sierra Nevada ante la nula implantación y extensión de sistemas de calidad de la oferta turística***

Sin duda, el sistema de actividades turísticas asociadas a estos cuatro municipios rurales marcadamente turísticos incluye `actividades de naturaleza puramente turística´ u oferta básica (servicios de alojamiento, transporte, distribución e información). Sin embargo, todos ellos se ven asociados a altos niveles de clandestinidad (sobre todo los servicios de alojamiento, casas rurales y viviendas turísticas) de las empresas familiares asfixiadas por los elevados impuestos y seguros sociales, aún cuando viven de la actividad turística sólo unos meses al año. Su participación en los sistemas de acreditación como empresas con la `Q de calidad turística´ o con la marca de servicio turístico Parque Natural de Andalucía es prácticamente nula. La mejora de la calidad de la oferta turística básica con una relación actualizada de empresas de servicios complementarios en cada municipio, la implantación y extensión de marcas de calidad negociando, difundiendo y realizando un seguimiento de empresas posibilitaría la conservación del espacio protegido desde el ecoturismo. En base a la definición y caracterización de Zamorano (2007: 242) el turismo rural (ante de la declaración como espacio natural protegido y el ecoturismo (tras su declaración) es definido en la región de estudio como el interés de visitantes y excursionistas por conocer la naturaleza y cultura rural contribuyendo en la comunidad a la conservación de la naturaleza y a la obtención de beneficios para las empresas turísticas que brindan sus servicios básicos y/ complementarios para interpretación y goze de la misma.

Sin embargo, la alta participación de empresas i-legales (clandestinas) o a-legales (en proceso de legalización) en los municipios incrementa los bajos niveles de credibilidad

institucional para las empresas familiares que legalmente trabajan y que están al día en el pago de impuestos y de seguros sociales a sus trabajadores.

***- La conservación no es motor de desarrollo local sustentable en Sierra Nevada ante la falta de integración de las prácticas económicas relacionadas con el uso turístico.***

La conservación de espacios protegidos, ante la creciente problemática del uso turístico de los espacios naturales protegidos en Europa y España, pone sobre la mesa la necesidad de coordinar acciones de las instituciones públicas y privadas (productivas y no productivas) desde el ámbito local para la conservación del espacio natural protegido. En el uso turístico del espacio protegido Sierra Nevada, la integración de la oferta básica turística, la oferta complementaria y la infraestructura de soporte de carácter básico y medioambiental será básica para la conservación del espacio protegido y la competitividad ambiental de las empresas. En el diagnóstico se detectó la falta de integración entre oferta turística básica y oferta complementaria y medioambiental propia de espacios naturales protegidos (senderos, refugios, puntos de Información, áreas recreativas, Jardín Botánico La Cortijuela, Aulas de la Naturaleza) y la necesidad de mejoras a nivel de creación de equipamientos y servicios desde los recursos propios de los municipios (caminos de herradura, cortijos agrícolas, puentes, miradores). También escasea información, con contenidos interpretativos de los valores medioambientales del espacio protegido como apoyo a los actores locales dedicados a la producción artesanal y a la gestación de servicios complementarios de ecoturismo.

La oferta básica también está en estrecha relación con las “actividades de apoyo turístico” (infraestructuras e instalaciones públicas que permiten el acceso y uso de las instalaciones privadas (infraestructura de soporte). Aquí se hace referencia no sólo a las grandes deficiencias de infraestructuras de tipo viario, energético de carácter renovable y de telecomunicaciones, sino también a la desoladora situación relacionada con el incremento de residuos sólidos (basura doméstica y empresarial) y el deficiente tratamiento de aguas desde su abastecimiento y su saneamiento a la depuración de residuos tanto no solubles (aguas negras) como solubles, caso de la sal usada para la producción de jamón.

***- La conservación no es motor de desarrollo local sustentable en Sierra Nevada ante la falta de integración y coordinación de políticas rurales y medioambientales***

De forma transversal, a la necesaria integración de la oferta básica, complementaria y de soporte turística, hay que sumar la necesaria pero inexistente coordinación y colaboración institucional público-privada activos en los municipios estudiados. El alto nivel de participación con políticas públicas rurales y medioambientales no casan la coordinación. La

Carta Europea de Turismo Sustentable concedida al Parque Natural y Nacional Sierra Nevada (2005-2008) es un documento e instrumento valioso a fin de conseguir dicha transversalidad de políticas y colaboración institucional entre los gestores del espacio protegido (Consejería de Medioambiente), los proveedores de oferta básica y complementaria en el espacio protegido (empresas ecoturísticas) y, finalmente, los distribuidores o agencias de viaje dentro o fuera del entorno local (JA 2004 b). Ahora bien, en dicha integración no sólo se trata de que las instituciones turísticas público-privadas activas en el municipio y en la región Alpujarra se pongan de acuerdo en las medidas relacionadas con la mejora de la calidad de la oferta turística, con la creación de oferta turística específica de espacios protegidos (más senderos, más refugios, más limpieza y más instalaciones de interpretación) y con la necesaria cuantificación de la afluencia turística al espacio protegido. Dicha coordinación debe partir de las necesidades locales, sus habitantes, y del trabajo conjunto entre empresarios del sector turístico y sector industrial-artesanal con el sector agropecuario.

Hoy por hoy el uso turístico de Sierra Nevada no es compatible con los objetivos de conservación del espacio natural. Desde la investigación se insiste en la importancia del fomento del resto de las actividades económicas tradicionales rurales, tanto de carácter primario de obligada orientación ecológica (agricultura minifundista o ganadería), como secundario (artesanía) para la conservación de recursos naturales, especialmente agua y tierra. La conservación de la diversidad de la fauna y flora de Sierra Nevada parte de la conservación de la diversidad agrosilvopastoril de la montaña, de su uso gracias a los que tradicionalmente han moldeado el paisaje rural, los productores agropecuarios y concedores del entramado de canales de agua sitios en el espacio protegido. De ello dependerá la afluencia de visitantes nacionales o extranjeros que se deleitan en el paisaje rural-natural entre Europa y África.

***- La conservación no es motor de desarrollo local sustentable en Sierra Nevada ante el deterioro galopante de los recursos naturales tanto hídricos como agropecuarios y forestales en los municipios de alta montaña***

Si bien el nacimiento de Alpujarra fue originado por la invasión romana (Gómez1951: 17-36), los yacimientos romanos muestran la asimilación e integración en el estado islámico posterior. Los primeros relatos sobre la Alpujarra islámica versan a partir del siglo XI y es a partir del siglo XII cuando las noticias de la Alpujarra son frecuentes. En ellos consta la división territorial de la Alpujarra en 18 `Ayda´ o distritos, cada uno de los cuales estaba regido por un `hisn´ o fuerte, representante del poder central y de las comunidades islámicas.

A cada distrito le correspondía un valle. Dichos valles recorrían Sierra Nevada de norte a sur, unidos por los recursos hídricos o acequias, que se denominarán posteriormente *Tahas* (Cressier 1983: 89-124; 1984: 115-144). Dichas `Tahas` o valles eran habitados en sus márgenes gracias a unidades de poblamiento o comunidades, las Alquerías, con funciones políticas y administrativas. El aprovechamiento económico de dichos valles basándose en la abundancia de agua en la cara sur de Sierra Nevada, transformó el medio natural paulatinamente. Cuando tuvo lugar la conquista cristiana siete siglos más tarde (711-1492), las unidades de poblamiento sumarán unas cien Alquerías que configuraban ricos espacios cultivados en las agrestes montañas y que recientemente han sido documentados a nivel de región y de *Tahas* por Trillo San José (1997: 67-76). Se hablaba de una “cordillera de campesinos”:

“A partir del S. XII las noticias de la Alpujarra se hacen frecuentes. La fuentes no hablan de una naturaleza abrupta y deshabitada, sino que las Alquerías son descritas como ricos espacios cultivados (castañas, manzanas, moras...) y la Alpujarra un lugar muy poblado donde la producción de seda vive todo su esplendor. Es así como un medio inaccesible y salvaje se ha transformado en cordillera de campesinos. Todo ello ha sido posible gracias a una agricultura que es fundamentalmente de regadío. Para su desarrollo el hombre ha debido crear una infraestructura que permitiera traer el agua a los campos y quebrar la pendiente del terreno en su beneficio con la construcción de terrazas (...). La existencia de *Tahas*, es decir de una administración nazarí, permite pensar que en algunas de ellas (Alquerías) se recogían los impuestos que luego se traían a Granada.” (Trillo 1996: 54-55)

El repoblamiento castellano de la Alpujarra, tras la expulsión gradual de la población musulmana (1500-1568) supuso una auténtica ruptura demográfica y transformación económica. El agua, su conservación y uso sostenible se mantuvo hasta nuestros días. El enlace primordial para la conservación de la vida, de la flora y fauna y de las actividades económicas, tanto en un profundo deterioro (agrosilvopastoriles) como en una expansión de vértigo (producción industrial jamonera, turismo rural o ecoturismo), es la conservación mediante el uso sustentable del agua. Para los actores locales es el recurso natural y rural `agua` el origen de la vida y la conservación dando a la alta montaña de Sierra Nevada su alto valor medioambiental.

Para las comunidades de regantes<sup>3</sup>, la gestión de las aguas, mediante vigilancia y control de las acequias no es el problema dado que funcionan bajo el lema “tanta agua usas por hora, tanta agua pagas”, su uso sustentable ha permitido su conservación desde el siglo XII en la región por herencia musulmana. Problemático para los reducidos miembros de las

---

<sup>3</sup> Una comunidad de regantes está formada por los usuarios del agua en uno o más municipios de alta montaña: productores agropecuarios, empresarios turísticos y artesanales, ayuntamientos. Todos ellos pagan una cuota anual por el uso y la conservación de los canales de riego para uso productivo.

comunidades de regantes es la conservación de los canales de riego en el terreno escarpado. Para los entrevistados, lo mismo que se realizan inversiones en mejorar carreteras para los turistas se deberían mejorar las infraestructuras hidráulicas en colaboración con las comunidades de regantes porque “en ello se va la vida de la Alpujarra”. Para los entrevistados, la gestión de los canales de riego y su construcción centenaria (producto de 7 siglos de pobladores de la península ibérica de religión musulmana) debería atraer la atención del conjunto de las instituciones públicas así como el apoyo a la producción de productos naturales `ecológicos´ agropecuarios para su comercialización directa sin intermediarios: Si se logra rentabilizar la producción agropecuaria a precios justos y sin intermediarios, se sembrará y al sembrarse se gestionarán y conservarán las acequias.

Los regantes que quedan en cada municipio tienen que cubrir todos los gastos de las acequias, lo cual es insostenible. Si se siguen manteniendo es porque regantes son todos aquellos que `consumen y pagan el agua para regar de la acequia ´, no sólo las fincas de producción agrícola y ganadera (pasto especialmente para ovejas y vacas), también las fincas para la actividad turística (riego de las zonas verdes del Camping Trevélez o Camping de la Taha de Pitres), para la actividad religiosa (riego de terrenos de la Ermita Virgen de las Angustias) y para la actividad deportiva en terrenos del ayuntamiento (riego del polideportivo de Pórtugos, por ejemplo). El agua permite la vida y la producción económica, social y cultural y, por ende, la conservación de la flora y fauna (especialmente la cabra montesa y el marrano jabalí) del espacio protegido

***e) La conservación del espacio protegido Sierra Nevada es posible si se riega y se produce con prácticas económicas sustentables***

Para los productores y las productoras agropecuarias, conservación y explotación de la tierra van cogidas de la mano. El manejo o “mancaje” de la madre tierra, el aprovechamiento del terreno mediante su explotación agroganadera dentro de las limitaciones geomorfológicas de alta y media montaña y las limitadas dimensiones de las parcelas (minifundismo) no han frenado sino lo que ha posibilitado la biodiversidad y la conservación del territorio:

"Un parque es un sitio que se riega con acequias, que se labra, que se mancaja y que se siembra. Hay que aclarar las plantas, hay que limpiar las bajeras, la maleza, las matas. Además, sembrar es el mejor cortafuegos. Eso es el parque y eso es conservar (...). "  
(Regante en Pitres, Pitres 1999).

En la cara sur del macizo nevadense es precisamente la gran transformación del paisaje con la explotación agropecuaria-forestal y la ocupación humana la que ha posibilitado la

existencia de una gran variedad de ecosistemas con el manejo del agua y la que ha hecho pervivir la gran variedad de flora, tanto endémica como cultivada, y fauna, tanto salvaje como doméstica. El uso del legado histórico de las acequias gracias a sus comunidades de regantes, ha logrado exaltar las formaciones geomorfológicas que caracterizan a la zona. En la montaña nevadense, los productores agroganaderos son conscientes de la importante labor de proteger y conservar la Sierra, "limpiando las malezas, cortando las matas y sacando las acequias". Su labor de gestores del agua en el medio natural y rural de la montaña mediterránea es desdeñada por la administración rural y medioambiental. La avanzada edad de los conocedores del sistema de acequias y gestores de "las torres del agua del siglo XXI" (Liniger et al. 1998) debería ser una señal de alarma para la administración pública española Sin el preciado recurso agua: ni usos tradicionales, ni desarrollo rural, ni conservación.

#### **4. Perspectivas: Vender sueños evitando pesadillas**

El valor intangible de los elementos medioambientales se va transformando desde la década de los noventa en valor económico susceptible de explotación económica de carácter ecoturístico. Si a dicho valor se suma la declaración de conservación, además, se identifica el medioambiente y las transformaciones económicas del paisaje rural como producto de intercambio de alta calidad. Esa identificación ha coincidido con las campañas de promoción turística de las instituciones públicas y privadas que, con la declaración de espacios naturales como protegidos han vendido sueños creando productos, servicios e infraestructuras básicas y medioambientales, específicas del espacio protegido y asociándolas a un entorno de "calidad". Ello no evitará, de cara al futuro, el peligro de que la venta de sueños se convierta en una simple pesadilla para la conservación del espacio natural Sierra Nevada.

El "manejo, uso o explotación" recursos es entendido desde hace dos décadas como uso público o uso turístico: No es la conservación sino el sector turístico e industrial (jamonero) el que se ha convertido en motor del desarrollo económico. Esa visión puede convertirse en una pesadilla por varias razones:

1. Si el desarrollo turístico no está sujeto a la "planificación y gestión concertadas" de las instituciones públicas nacionales, regionales y locales;
2. Si el desarrollo turístico no está sujeto al compromiso de dichas instituciones con otros agentes privados implicados en el espacio natural y activos en el territorio (comunidades de



regantes, empresariado turístico y no turístico, organizaciones privadas no gubernamentales, asociaciones de empresarios, investigadores y academia);

3. Si la gestión público-privada no parte de un conocimiento previo de los recursos naturales y culturales locales (especialmente agua), definidos desde los actores locales y sus necesidades y no desde las necesidades posibles de los visitantes. Desde los recursos de cada municipio - cada comunidad es una pequeña Alpujarra – se han de identificar y los segmentos de demanda dispuestos a consumir los recursos culturales y medioambientales. En muchos casos, la demanda se habrá de adaptar a las restricciones ambientales y normas de gestión a fin de conservar dichos recursos para las próximas generaciones.

La gestión del espacio protegido no ha de partir únicamente del conocimiento en torno a datos cuantitativos sobre número de visitantes y número de empresas turísticas creadas (alojamiento, restauración, servicios turísticos) o por crear. Asimismo, será crucial acercarse de forma cualitativa a los segmentos de mercado de dicha demanda y caracterizarla en función del espacio natural, conocerla desde sus motivaciones y sus expectativas y evaluarla desde el impacto que conlleva. No basta con tener concienciación de los problemas medioambientales sino fomentar desde las empresas locales el consumo responsable de bienes y servicios de calidad en el área de influencia socioeconómica del espacio natural protegido.

4. Si no se estudian, evalúan y controlan de forma autónoma y periódica los efectos económicos, sociales y culturales del turismo para los habitantes de los municipios.

Los cuatro municipios rurales localizados Sierra Nevada (Trevélez, La Taha de Pitres, Busquistar y Pórtugos) son geografías de desencuentros de la políticas e instituciones públicas y privadas: Las instituciones públicas (regionales y nacionales) trabajan a espaldas unas de las otras. Los cuatro municipios se han convertido durante veinte años (1986-2006) de espacio natural protegido con carácter internacional, nacional y regional en municipios de intervención pública sancionadora y proteccionista, que no protegida, y caracterizada por la expropiación de uso sin compensación por las limitaciones. "Eso del parque" no puede estar más lejos de la población y de sus agentes socioeconómicos. Los fuertes desencuentros existentes en la geografía de cuatro municipios de la Reserva de Biosfera, Parque Natural y Nacional, han de ser punto de partida para una planificación y gestión del desarrollo rural y la conservación medioambiental desde lo local, desde el municipio. Es previsible que la Alpujarra y sus municipios se conviertan en pasto del fuego. El desierto avanza desde el norte de África:

“Ángeles, no nos engañemos, tú lo estás viendo. No olvidemos que estamos en una región subdesértica, por mucho que nos empeñemos que esto es una zona de nieves perpetuas, aquí hay un peligro de desertificación muy grave. En el momento que nuestro sistema frágil de las acequias y el poli-cultivo desaparezcan, en el momento que el ganado doméstico, oveja y vaca especialmente, deje de limpiar la maleza del monte se rompe toda la cadena, el equilibrio de la zona. (...). Mira, hace 10 o 20 años estaba todo muy verde. Hoy no lo está. Eso ya te lo ha dicho la gente del pueblo y los mismos turistas que regresaban y no regresarán (...). Mira, todo está abandonado, amarillo y triste, muy triste. Eso repercute no sólo en las gentes que nos visitan, también en la tristeza de la gente de los pueblos. Cada vez hay menos agua, cada vez hay más sequía, cada vez hay más deslizamientos de tierras y roturas de acequias por donde caen toneladas de tierra. Te hablo de muchos problemas para la gente de aquí y su medio rural y también para el Parque Natural y Nacional.” (Alberto, Ayuntamiento de Pitres. Pitres 1999)

El baile institucional de políticas medioambiental y rural en los municipios siguen vendiendo un paraíso terrenal en su publicidad, mantienen las mismas tendencias de descoordinación en el apoyo sectorial local y participan en el territorio sin hacer partícipes a los principales protagonistas del deseado desarrollo local sustentable. El sueño de montaña, Sierra Nevada, provoca pesadillas de pastos en llamas.

## **Bibliografía**

- Barkin, D. (2000), Social Tourism in Rural Communities: An instrument for promoting sustainable resource management. *In: Actas Latinoamericanas de Varsovia*, Tomo 23: 7-30.
- Barkin, David (1998), Riqueza, Pobreza y desarrollo sustentable. Centro de Ecología y Desarrollo. México.
- Bigné, J.E.; Font, X. y Andreu, L. (2000), Marketing de los destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo. ESIC Editorial. Madrid.
- Calatrava R., J. (1999), Actitudes del consumidor español respecto a productos ecológicos. *In: Rosúa Campos, J. Luís (Ed.), 2ª Conferencia de la Alpujarra: Agricultura y Medio Ambiente. Del 14 al 16 de Mayo de 1999: 89-100. Universidad de Granada / Cátedra UNESCO. Laroles-Nevada.*
- CAAE (2004), Consejo Andaluz de Agricultura Ecológica. *In: Actualidad Ecológica*, no. 6 (sept. 2004). CAAE. Sevilla
- Cressier, P. (1983), L'Alpujarra Medievale: une approche archeologique. *In: Mélanges de la Casa Velazquez*, XIX /1: 89-124.
- Cressier, P. (1984), Le Chateau et la division Territoriale dans L'Alpujarra mediavale du Hisn a la Taha. *In: Mélanges de la Casa Velazquez*, XX: 115-144.
- García M., Pilar (1999), La transformación del paisaje y la economía rural en la montaña mediterránea andaluza: la Alta Alpujarra Occidental. Monográfica Tierras del Sur, 23. Universidad de Granada e Instituto de Desarrollo Regional. Granada.
- Gómez M., M. (1951), De la Alpujarra. *In: Al-Andalus*, no. 16: 17-36.
- Jiménez O., Y. (2000), De los complejos naturales a los paisajes: El modelo de Sierra Nevada. *In: Cuadernos Geográficos*, Vol. 30 (2000): 347-363.
- Jiménez O., Y. & F. Rodríguez M. (2000), Territorio y recursos naturales. *In: Sáez F., F. J., La economía de Granada en los albores de un nuevo siglo. Monográfica Tierras del Sur*, 27: 77-104. Universidad de Granada / Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Granada. Granada.
- JA (2004a), Plan de Desarrollo Sustentable del Parque Natural Sierra Nevada. Junta de Andalucía (JA) – Consejería de Medio Ambiente. Sevilla.
- JA (2004b), Carta Europea de Turismo Sustentable. Parque Natural Sierra Nevada. Tomo I: Dossier de Candidatura (Introducción, Parrilla de evaluación, Documento de

Diagnostico y Proceso de Participación): 1-190. Tomo II: Dossier de Candidatura (Estrategia y Plan de Acción):191-255. Tomo III: Dossier de Candidatura (Anexos): 256-548. Junta de Andalucía – Consejería de Medio Ambiente. Sevilla.

- Kilbourne, Th.; P. McDonagh & A. Prothero (1997), Sustainable Consumption and the Quality of Life: A Macromarketing challenge to the dominant Social Paradigm. *In: Journal of Macromarketing*, 17 (Spring): 4-24.
- Liniger, H. et al. (1998), Mountains of the World: Water towers for the 21st century: A Contribution to Global Freshwater Management," Mountain Agenda. University of Bern Institute of Geography. Suiza.
- Leff, E. (2005), Ecología y Capital: Racionalidad ambiental, Democracia participativa y Desarrollo Sustentable. Sexta edición. Siglo XXI Editores. México.
- Long, N. (1992), From Paradigm lost to paradigm regained: The case for an actor-oriented sociology of development. In Long, N. & A. Long (Eds.), *Battlefields of knowledge: The Interlocking of theory and practice in social research and development*: 16-43. Ed. Routledge. London.
- Long, N. & Van Der Ploeg, J. D. (1994), Heterogeneity, actor and Structure: Towards a Reconstitution of the Concept Structure: 62-90. In: Booth, D. (Ed. ) *Rethinking Social Development: Theorie, Research and Practice*. Longman Group Ltd. Harlow.
- Neace, M. B. (1995), The Marketing-natural Environment Interface in the Classroom: Model of Discussion. *In: Journal of Marketing Theory & Practice*, 3 (4): 33-37.
- Peattie, K. (1999), Trappings versus Substance in the greening of marketing planning. *In: Journal of Strategic Marketing*, 7: 131-148.
- Rodríguez M., F. (2000), Desarrollo rural en las montañas andaluzas. Un análisis desde la Sostenibilidad. En: *Cuadernos Geográficos*, Vol. 30 (2000): 97-121.
- Rodríguez M., Francisco (1998), Un análisis del desarrollo turístico reciente en Granada. Potencialidades y debilidades. In: *Cuadernos Económicos de Granada*, No. 7: Turismo y Desarrollo Económico. Área metropolitana, Coyuntura Inmobiliaria y Sistema Financiero: 41-63. Caja de Ahorros La General. Granada.
- Rosúa C, J. L. (2003), Desarrollo Sustentable en Espacios Naturales Protegidos Andaluces. In: Universidad de Granada (Org.), X. Cursos de verano en Sierra Nevada. III. Curso de Gestión y Desarrollo Sustentable en Espacios Naturales Protegidos, 14-18/07/2003. Universidad de Granada. Granada.
- Sayadi, S. & J. Calatrava R. (1995), Evolución y Transformación de los sistemas agrarios en la Alpujarra Alta Oriental Granadina. Documento de Trabajo, No. 46. Centro de Investigaciones y Desarrollo Agrario (CIDA) - Dpto. Economía y Sociología Agrarias / Junta de Andalucía/Consejería de Agricultura y Pesca. Purchil, Granada.
- Streiffeler, F. (1991), Qualitative `versus`Quantitative Methods in Social Research. *In: Hoepfer, Bernhard (Comp.)*, *Qualitative versus Quantitative Approaches in Applied Empirical Research in Rural Development*: 1-11. German Foundation for International Development (DSE). Bonn.

- Toledo, V. M. (1997a), Economía y modos de apropiación de la naturaleza. Una tipología ecológico-económica de productores rurales. In: Economía Informa, No. 253 (Dic. 1996-Enero 1997): 56-64. UNAM/Facultad de Economía. México.
- Toledo, V. M. (1997b), Sustainable development at the village community level: A Third World Perspective. In : Smith (Ed.), Environmental Sustainability: 233-250. St. Lucie Press
- Trillo S.J. , C (1997), La Alpujarra en la Edad Media. El poblamiento de la Taha de Ugijar. In: Rosúa, J.L. & Colectivo 220 (Hg.), Primera Conferencia sobre la Alpujarra. Recursos Naturales y Conservación. Capileira, 8-11 Enero : 67-76. Universidad de Granada / Cátedra UNESCO. Capileira.
- UNESCO (1996), Reservas de Biosfera. La estrategia de Sevilla & Marco estatutario de la red mundial. UNESCO/Programa. París.
- Van Dam, Y.K. & Paul A.C. Apeldoorn (1996), Sustainable Marketing. In: Journal of Macromarketing, 16 (2): 45-56.
- Verbole, Alenka (1999), Negotiating Rural Tourism Development at the Local Level. A case Study in Pisece, Slovenia. Landbouwniversiteit Wageningen. Wageningen.
- Wasik, John F. (1996), Green Marketing and Management: a Global Perspective. Cambridge: Blackwell Business
- Zamorano C. F.M (2007), Turismo alternativo, servicios turísticos diferenciados. Ed. Trillas. México.