

Una industria alimentaria generadora de identificación local: El caso de Estepa y la fabricación de mantecados¹

(A generating food industry of local identification: The case of Steppe and the manufacture of mantecados (butter pies))

Téllez Infantes, Anastasia
Eusko Ikaskuntza
Miramar Jauregia, Miraconcha, 48
20007 Donostia

BIBLID [1137-439X (2000), 20; 91-106]

Hemos analizado desde la Antropología los modelos de identificación local que una industria alimentaria, la elaboración de mantecados, ha generado y genera en un municipio de la provincia de Sevilla, Estepa. Y ello porque nos interesa profundizar en cómo el trabajo en ciertas ocasiones como la estudiada, más allá de su importancia económica, pasa a constituirse en un elemento emblemático que identifica a una sociedad local, con su producción más singular y destacada, adquiriendo un valor simbólico de representación local.

Palabras Clave: Antropología. Representaciones Ideológicas. Trabajo. Identificación Local. Industria Tradicional y Local Andaluza.

Tokiko elikadura-industria batek, mantekatugintzak, Sevilla probintziako udalerrri batean, Estepan, sortu eta sortzen dituen identifikazio-ereduak aztertu ditugu azterlan honetan antropologiaren ikuspegitik. Eta hori, lanak zenbait egoeratan, aztertu dugun honetan bezalaxe, tokiko gizarte bat bere produkzio berezi gailenarekin identifikatzen duen elementu enblematikoa nola bilakatzen den sakontzea interesatzen zaigulako, haren garrantzi ekonomikotik harat tokiaren ordezkapen-balio sinbolikoa hartzen baitu.

Giltz-Hitzak: Antropologia. Irudikapen ideologikoak. Lana. Tokiko identifikazioa. Andaluziako Industria Tradizionala eta Tokikoa.

Nous avons analysé à partir de l'Anthropologie les modèles d'identification locale qu'une industrie alimentaire, l'élaboration de gâteaux, a créé et crée dans une commune de la province de Séville, Estepa. Et cela parce que nous désirons étudier comment le travail, dans certaines occasions telle que celle que nous étudions, au-delà de l'importance économique, devient un élément emblématique qui identifie une société locale, avec sa production la plus singulière, acquérant ainsi une valeur symbolique de représentation locale.

Mots Clés: Anthropologie. Représentations Idéologiques. Travail. Identification Locale. Industrie Traditionnelle et Locale Andalouse.

¹ Véase *Procesos productivos y representaciones ideológicas: trabajo, género e identificación local en Estepa*, tesis doctoral, Departamento de Antropología, Universidad de Sevilla, 1999. La investigación se inserta en las líneas del grupo de investigación "Patrimonio etnológico: Recursos socio-económicos y simbolismo (PERSES)" (P.A.I.) (HUM-0398) (Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía), y ha sido financiado por los siguientes proyectos de investigación: – "Desarrollo endógeno, procesos productivos y representaciones ideológicas: trabajo, género e identidad local en la comarca de Estepa". (plan de Investigación Etnológica, 1997, Dirección General de Bienes Culturales, Consejería de Cultura, JJAA). – "Territorio, recursos y políticas de desarrollo local" (28441131-98-191), Plan Propio de la Universidad de Sevilla, Consejería de Cultura, JJAA). – "El estudio del patrimonio cultural como factor de desarrollo sostenible. Una propuesta de actuación" (D.G.I.C.Y.T., PB97-0708).

"Blanca como un polvorón, Estepa se empina en lo alto de una colina para mirar tres provincias, para dominar las llanuras de media Andalucía, para saber del viajero que llega por mercancías, para endulzar el aire que pasa por su cielo y soplarlo dulce hasta los pueblos vecinos. No es un tópico más: Estepa huele a canela cuando trabaja el dulce; a tahona, a cocina antigua, a leña, a obrador artesano desde septiembre a Navidad".

En esta investigación hemos analizado con un enfoque antropológico los modelos de identificación local que la actividad productiva del mantecado ha generado y genera en un municipio de la provincia de Sevilla, Estepa. Y ello porque nos interesa profundizar en casos como éste donde el trabajo, más allá de su importancia económica, pasa a constituirse en un elemento emblemático que identifica a una sociedad local, con su producción de mantecados, adquiriendo un valor simbólico de representación local.



Panorámica actual de Estepa (Sevilla)

Defendemos que en Estepa existe un proceso productivo que a lo largo de su historia, ha llegado a convertirse en el motor económico de la localidad, rige el ciclo de vida de sus habitantes y es un referente de representación ideológica. Por lo tanto el mantecado constituye un elemento objetivo sobre el que se ha creado la identificación local de esta comunidad, es un referente básico de caracterización, su marcador más representativo y llega a tener tal valor que afecta a todos los habitantes del pueblo, constituyendo parte de su identidad y de su identificación colectiva.

Desde nuestro punto de vista en la construcción que una colectividad hace de un determinado modelo de identificación hay hitos que se incorporan al imaginario colectivo para recrear el discurso de identificación. Y es por ello por lo que al acercarnos al estudio de las identificaciones sociales deberemos considerar diversos componentes que integran los modelos de identificación tales como los símbolos, las acciones simbólicas, los discursos, y las imágenes. Por *símbolos* entendemos una serie de elementos connotados culturalmente y por lo tanto cargados de significados para los miembros del colectivo estudiado. Junto a los símbolos hay que tener presente las *acciones simbólicas*, es decir, los rituales como expresiones colectivas donde se ponen en juego toda una carga de símbolos y significados. Por otro la-

do, igualmente imprescindible es analizar los *discursos*, como medio por el que se dotan de significados a los símbolos, y por último, las *imágenes*. Las imágenes son los elementos (de carácter simbólico) “artificialmente” contruidos, que pueden llegar a convertirse en símbolos o no, y quedarse en naturaleza de símbolo y no de imagen.

Vamos a centrarnos esencialmente en este proceso productivo, la elaboración de mantecados, que por sus determinadas características ha generado una idiosincrasia particular en este municipio, llegándose a identificar a Estepa con su principal producción industrial, y generándose de esta forma una identificación local, reconocida tanto por los estepeños y estepeñas (como una autoidentificación social, o identificación endógena o interna) como por “los otros” de fuera (identificación exógena o externa), creándose un estereotipo². Este estereotipo a veces tiene que ver o no con la identificación que se hace desde dentro del colectivo. A partir de esta formulación pretendemos profundizar en los componentes que en nuestra opinión integran la identificación local de esta comunidad.

LOS DISCURSOS IDEOLÓGICOS Y LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN IDENTIFICATIVA

En primer lugar, nos interesa para el caso de Estepa analizar si existen discursos ideológicos legitimadores contruidos para proyectar la identificación local y su asociación al mantecado. Por lo tanto, se hace necesario aproximarnos a los discursos creadores de un sentirse y reconocerse como estepeño o estepeña en relación al mantecado y por tanto cómo se construyen esos discursos (desde dentro de la sociedad local y desde fuera), quiénes los crean, cómo se interiorizan, cómo se proyectan (y se venden, se exportan) y cómo se captan (desde el exterior a Estepa), serán cuestiones que debemos abordar.

La identificación local de Estepa, al igual que cualquier nivel de identificación sociocultural, no es estática, sino que se conforma diacrónicamente como fruto de un determinado proceso histórico, y se construye como un discurso basado en aspectos, insistimos, de la realidad social. Por ello debemos acudir al devenir histórico de esta industria local y de la propia Estepa para ver algunos de los factores que propiciaron esta identificación local. Así, adentrarnos en cómo se ha construido la identificación de Estepa, con este proceso productivo y cómo se alimenta y reproduce este discurso identificatorio y a través de qué símbolos e imágenes lo hace, nos obliga a analizar de forma diacrónica esta producción. Porque es conociendo la historia evolutiva de la fabricación de mantecados en Estepa, su organización del trabajo, las relaciones sociales que en esta actividad se dan (relaciones de sexo-género, relaciones de producción, etc.), cuando, con nuestro posicionamiento teórico, podremos aproximarnos a los elementos que integran los modelos de identificación local de su sociedad local.

Desde las últimas décadas del siglo XIX hasta la actualidad no han dejado de efectuarse cambios sociales y económicos en esta producción industrial estepeña. Cambios que originaron diversas etapas evolutivas si atendemos a la introducción de diferente tecnología, al grado de mecanización del trabajo o al tipo de organización laboral. Al respecto hubo unos acontecimientos históricos y unos contextos socioculturales determinados que fueron creando y recreando la identificación de Estepa con los mantecados. Mientras que algunas cir-

² Debemos señalar que la imagen con la que se autoidentifican los estepeños se construye en relación a la imagen que Estepa proyecta al exterior, y esta última a su vez está obviamente influenciada por la imagen interna. Estas imágenes del cómo somos, cómo vivimos, qué nos diferencia de los otros, qué nos enorgullece, etc. forman parte de los referentes de identificación que toda comunidad elabora para su permanencia y su existencia.

cunstances funcionaron como factores de bloqueo, otras, más numerosas, actuaron como factores catalizadores de la conciencia de identificación local basada en esta producción.

En Estepa desde los años de fines del s. XIX y principios del s. XX se realizaban diversas actividades industriales relacionadas con la alimentación. Entre esas industrias locales se hallaban la fábricas de chocolates, las fábricas de harina, las destilerías de anís, los obradores de confiterías y mantecados, los hornos y las panaderías, entre otras. Y es importante resaltar esto para verificar que esta localidad, desde hace un siglo, se viene caracterizando y diferenciando de los municipios vecinos de su comarca, dedicados casi exclusivamente a las labores agrícolas, por la actividad industrial. Actividad industrial "*singular*" que compaginarán los estepeños y estepeñas con el trabajo del campo aunque debemos decir que esta dedicación a las labores agrícolas no ha llegado a generar la identificación local de esta comunidad. Esta singularidad productiva industrial contribuirá a que tanto los sujetos de esta localidad se autoidentifiquen con ella, como a que los habitantes de los restantes pueblos de su comarca asocien Estepa a su producción industrial, especialmente a la del mantecado. Porque efectivamente esta singularidad productiva tendrá en la fabricación de mantecados su máximo exponente. Será una actividad que llegará a proporcionar incluso, empleo temporal a las mujeres de los pueblos vecinos en la década de los años 50 y 60, años en los que se hacía necesaria más mano de obra femenina que la que podía ofrecer la propia localidad.

Hemos comprobado que en la década de 1920, comenzó de forma explícita un intervencionismo directo de la administración local en la importancia económica y el reconocimiento positivo de esta actividad en Estepa, al obligar el alcalde de aquel momento a los fabricantes de mantecados a constituirse en una especie de asociación para defender sus intereses comerciales. Este hecho, obviamente venía a asentar una valoración positiva de dicha industria local, que, si bien venía impuesta desde el Ayuntamiento, iría creando el discurso de la identificación interna con el mantecado.

Durante la Guerra Civil y en los años de la posguerra, a pesar de las duras condiciones de racionamiento y escaseces de materias primas del momento, la elaboración de mantecados disfrutó de un fuerte "*proteccionismo oficial*" no sólo a nivel local sino provincial y estatal (durante esta época y en años posteriores), debido a la importancia que esta industria alimentaria estaba alcanzando dentro del casi inexistente sector secundario de esta zona, y al siempre incesante activismo de los fabricantes de mantecados y de la corporación local.

A medida que avanzaba la década de los años 50 y los emigrantes de Estepa ayudaban a expandir la fama de los mantecados por sus ciudades de destino, iba creciendo la demanda y con ella la creación de nuevas fábricas. En 1959 se expuso un stand con representación de los mantecados de Estepa en la Feria de Muestras de Madrid. Así daría comienzo una campaña de imagen y publicidad que no cesaría hasta nuestros días. En esta publicidad la asociación de fabricantes de mantecados tuvo un importante papel a la hora de defender la "*denominación de origen*" pues, como objetivo preferente, se planteó la defensa a ultranza de los productos contra el intrusismo de otras localidades.

Si en los años 50 se triplicó el número de fábricas, es en la década de los años 60 cuando se produce el gran auge o "*boom*" de fábricas y marcas de mantecados, que culminará en los primeros años 70, lo que obligó a la reestructuración del proceso productivo. Erán pues éstos los años en los que se fue mecanizando la actividad y se pasaba así a la producción a gran escala con unas nuevas formas de organización. Esta etapa de proliferación de fábricas vino de la mano de la popularidad y fama que iban adquiriendo estos dulces en todo el territorio español como productos navideños, llegando a existir 140 fábricas de mantecados en Estepa.

Hoy en día son unas 2.000 personas las que trabajan de forma directa en esta producción temporal, y de ellas, la mayoría (85%) son mujeres de Estepa. Este elevado número de trabajadoras en esta actividad, lo que viene a representar que esta industria involucra a un alto porcentaje de grupos domésticos, aporta otro factor de singularidad para la identificación tanto endógena como exógena de Estepa con la elaboración de mantecados.

Pero lo que nos parece más importante señalar, y es en sí mismo una “paradoja” es que la feminización de la actividad no se relaciona directamente con la construcción de la identificación local, sino que ésta se crea con la relación directa a la fabricación del mantecado, es más, con el producto resultante de tal proceso productivo, pero no con sus agentes, las mujeres *mantecaeras*. Esto es debido esencialmente, como hemos podido comprobar, al hecho de que existen unas *aparentes contradicciones* que en realidad no lo son en relación a la valoración que en esta localidad se hace del trabajo de las *mantecaeras*.



Mantecaeras moldeando los mantecados, Mantecados Colón, 1952.

Por un lado por tratarse de un trabajo femenino se infravalora a nivel ideático frente al masculino, por influencia de las representaciones ideológicas dominantes; pero a su vez, a nivel local, el trabajar en los mantecados será considerado muy positivamente. Hay que destacar que los ingresos obtenidos por esta actividad, concentrados al término de la campaña, generan, por su cuantía, un flujo económico que repercute en el entramado económico del municipio y de la comarca de Estepa. Las rentas obtenidas por el trabajo en las fábricas de mantecados se constituyen en las más importantes de estos grupos domésticos, con lo cual, el gasto cotidiano depende de cuándo –mes de marzo normalmente- se cobra el salario de las *mantecaeras*, siendo pues esta industria algo presente en la mente de estepeños y estepeñas a lo largo de todo el ciclo anual.

En la actualidad, el sector del mantecado queda claramente diferenciado del resto de las empresas de la comarca por tratarse de un sector tradicional, afianzado en un producto singular, con una producción temporal y espacialmente concentrada y, de cara al mercado, muy identificado con su lugar de procedencia. Y esta actividad, aunque eventual y principal-

mente realizada por un sector de la población, el femenino, hace que la identificación local sea una realidad periódicamente retroalimentada año tras año en los tres meses de la campaña del mantecado.

La misma denominación de las fábricas y las “*marcas*” de mantecados que han existido y existen en la actualidad, han exportado esa imagen que asocia Estepa con el mantecado. Como hemos podido evidenciar, en muchas de esas *marcas* existentes a lo largo de todo el s. XX, aparecía expresamente el nombre de Estepa, abanderándose como símbolo o garantía de autenticidad. Es decir, a modo de denominación de origen, ya desde las primeras décadas del presente siglo, los fabricantes se encargaron de caracterizar a este municipio con su industria local. Veamos algunas de estas *marcas* a las que venimos haciendo referencia:

MARCAS DE MANTECADOS CON EL NOMBRE DE ESTEPA

Delicias de Estepa.	La Estepeña.
Dulzura de Estepa.	La Flor de Estepa.
El Ruiseñor de Estepa.	La Mantecedera de Estepa.
El Escudo de Estepa.	La Modelo de Estepa.
Estepa Industrial.	La Primera de Estepa.
La Azucena de Estepa.	Las Primicias de Estepa.

Junto a estas *marcas* que incluían el nombre de Estepa directamente, estaba y está el hecho de resaltar en todas las cajas y envases de mantecados y de especialidades su procedencia. Así hemos podido comprobar cómo, presentar en un estuche la denominación de Estepa estaba tan fuertemente vinculado a los mantecados y a la Navidad, que en ciertas ocasiones los fabricantes de dulces de otras localidades como Rute o Antequera, intentaron elaborar y vender mantecados utilizando el apelativo de Estepa en sus marcas como reclamo comercial. Ello se debía a la creciente demanda que existía a partir de los años 50 que venía de la mano de la popularidad que los mantecados iban adquiriendo por todo el territorio español. Esta iniciativa fue fuertemente atacada por los fabricantes estepeños, los cuales la veían como un claro intrusismo de competencia comercial.

Pero lo que más nos interesa de este hecho es destacar cómo a través de las propias *marcas* de los productos se fue creando y alimentando la imagen de Estepa en relación al mantecado, y cómo los intereses comerciales de los propios fabricantes estepeños que se concentraron en mantener la “denominación de origen” contribuyeron en gran medida a definir la identificación de esta localidad con estos dulces navideños.

No olvidemos que esta industria local ha generado hasta la actualidad un tejido industrial en el municipio constituido por empresas de transportes, por empresas de artes gráficas y de maquinaria auxiliar, desbordando comercialmente el ámbito local, contribuyendo a caracterizar Estepa con la elaboración de mantecados y proyectando una imagen de identificación local.

Proyección de esta imagen identificativa que de igual manera se expande cada otoño a través de los numerosos visitantes o turistas, como se prefiera llamarlos, que acuden a Estepa

en excursiones organizadas con autobuses para ver cómo se fabrican los “*tradicionales*” y famosos dulces navideños. Porque, efectivamente desde octubre a diciembre, las mismas fábricas de mantecados, a veces en colaboración con el Ayuntamiento y la oficina local de turismo, ofertan a colegios, institutos de bachillerato, asociaciones de vecinos, y grupos de la tercera edad, visitas a sus instalaciones. Visitas turísticas que permiten observar el proceso de elaboración actual de los dulces, la degustación *in situ* de los mismos, la posibilidad de comprar los productos y una “*ruta cultural*” por el municipio. De este modo, cientos de personas visitarán cada año Estepa y terminarán por asociar, si antes no lo hacían, este municipio sevillano con *el mantecado*. Esta afluencia de visitantes a Estepa durante las fechas previas a la Navidad, ha provocado iniciativas específicas para atender y alimentar esta demanda. Es así como se ha instalado incluso un “pequeño museo” con sede en una de las fábricas más importantes, La Estepeña, que ofrece desde 1988 en sus instalaciones del Polígono Industrial, un *museo del mantecado*, como reclamo comercial. Museo que presenta la elaboración tradicional de los dulces a través de representaciones en relieve de las tareas productivas.

Otro hecho a destacar en cómo se produce la proyección de la imagen de Estepa unida al mantecado, es que en los últimos años, y como una prueba más de las muchas a las que acuden los fabricantes estepeños para la comercialización de sus productos, los alumnos de tercero de B.U.P (o primero de bachillerato, como se prefiera) de los diferentes institutos de las provincias andaluzas, venden mantecados para recolectar fondos para su excursión de final de curso. Esta iniciativa, además de beneficiar a ambas partes, fabricantes *mantecaderos* y alumnado de secundaria, hará que desde el mes de octubre y por toda Andalucía, se compre y se recuerde, una vez más, “*que los mantecados son de Estepa*”.

Prueba del constante interés por mantener una demanda comercial que a su vez propicia y retroalimenta tal identificación es el uso de la nueva tecnología en las campañas de marketing y publicidad. Estrategias comerciales que ponen en práctica los fabricantes de mantecados que a la vez que muestran el cómo éstos se han sabido vender a lo largo de toda la historia de esta industria evidencian cómo alimentan el discurso de la actual identificación local. Porque queremos resaltar el cómo estos *mantecaderos* estepeños, efectivamente y tal como lo han demostrado en numerosas ocasiones, saben vender sus mantecados, saben vender Estepa y saben vender y proyectar la imagen de su pueblo en relación a esta industria alimentaria local.

Hoy en día, qué duda cabe, la proyección de la imagen que asocia Estepa con la fabricación de mantecados encuentra diversos vehículos que hacen que tal imagen se extienda más allá de la comarca, la provincia de Sevilla, Andalucía, e incluso el estado español llegando, como vamos a demostrar, a cualquier parte del mundo.

Junto a todos los elementos que de una u otra forma intervienen en la identificación de Estepa con la industria del mantecado, no debemos olvidar la publicidad a través de los *mass media*. Es decir, nos consta que las diversas campañas publicitarias y de marketing que se ofrecen por medio de la prensa, la radio, la televisión, y en los últimos años, internet³, han mostrado este municipio unido a estos dulces, y han contribuido de manera importante a la hora de extender esta identificación local.

³ Diversas son las páginas que podemos encontrar en internet sobre los mantecados de Estepa, de las cuales presentamos las que siguen:

<http://www.interbook.net/empresas/emoreno/index-i.htm>
<http://www.andalucia-online.net/estepa/visita.htm>
<http://www.spr.net/lafortaleza>
<http://www.spr.net/sanenrique>
<http://www.sistelnet.es/florestepa/producto.htm>

Como hemos comprobado, desde principio de siglo han existido numerosos anuncios de publicidad en panfletos, revistas y periódicos locales y sevillanos presentando los dulces estepeños, en los que indudablemente, se asociaba la imagen de marca que venimos comentando. También las cuñas publicitarias en radios locales y comarcales, tanto en décadas pasadas como en la actualidad han sido y son un eficaz vehículo de proyección de esta asociación identificativa más allá del término municipal de Estepa.

Del mismo modo, y ya más recientemente, aparecen a partir del mes de noviembre abundantes anuncios publicitarios de los mantecados y productos estepeños para su consumo en Navidad en las televisiones de ámbito andaluz y español. Anuncios que en el presente tienen una elaborada confección con sofisticadas técnicas de venta y cuidada imagen, llevando pues la identificación de esta localidad a las mentes y las mesas de sus consumidores repartidos por todo el territorio español, de forma ininterrumpida cada final de año. Consumo en Navidad de mantecados, polvorones, roscos de vino y alfajores, que junto a una enorme gama de *especialidades* queda indiscutiblemente asociado a Estepa. Consumo que gracias a las incesantes propuestas de iniciativas que sus fabricantes están llevando a cabo en los últimos años está trascendiendo las fronteras españolas.

Llegamos así a los aspectos que en la última década han influido en el afianzamiento y la proyección a nivel internacional de la identificación de Estepa con el mantecado, y que, a través de las autopistas de la información, ofrecen a consumidores de todo el mundo la posibilidad de acceder al conocimiento sobre los dulces estepeños, la historia de Estepa, su asociación con la tradición local, y obviamente, los precios de todos los productos ofertados y la posibilidad de su compra de forma directa.

De modo breve, debemos señalar que debido a ciertas actuaciones de colaboración entre las diversas administraciones, tanto local como autonómica y europea, en los últimos años este municipio y su comarca se han visto afectados de forma importante por programas de desarrollo económico.

En la actualidad la Asociación de Fabricantes de Mantecados (A.F.A.M.E.S) tiene como uno de sus principales objetivos la internacionalización del mercado de los mantecados, y por ello se está poniendo mucho empeño en la exportación de estos dulces estepeños. Por la información obtenida, nos consta que primordialmente son las *especialidades* más que los dulces clásicos (mantecado, polvorón, roscos de vino y alfajor) los productos que más se están vendiendo a países africanos, norte europeos y latinoamericanos.

Nos preguntamos si esta nueva apertura del mercado a nivel internacional conllevará de alguna manera, a que se afiance, aún más, esta identificación local de Estepa con su industria. Y es que como venimos exponiendo, la identificación local es un fenómeno que está continuamente sometido a cambios, como todo hecho cultural, y nos consta, que factores nuevos de bloqueo o de catalización surgen y desaparecen en el devenir histórico, en nuestro caso en esta actividad. Por ello, y quizás presuntuosamente, creemos que estudios como el que aquí abordamos, colaboran, en cierta medida, con la identificación de Estepa con la fabricación de mantecados.

RITUALES Y ACCIONES SIMBÓLICAS

Como hemos comentado, la identificación local se expresa a través de rituales y acciones simbólicas, ceremoniales y festivas que se manifiestan en Estepa tanto en la vida cotidiana como en determinadas fechas a lo largo del año. Haremos pues, en primer lugar un recorrido ordenado de las fiestas que se celebran en esta localidad desde enero a diciembre y que, de

una u otra forma, guardan relación con el elemento que consideramos central en la conformación de la identificación local: el mantecado. En segundo término, mostraremos varios ejemplos de rituales o acciones simbólicas, tales como festivales flamencos, campeonatos de fútbol y celebraciones de la tuna local, en los que de forma directa y a través de la utilización de numerosas imágenes y símbolos se identifica a Estepa con la fabricación de estos dulces.

Comencemos por las fiestas. A finales del mes de febrero, se celebra el carnaval en Estepa. El carnaval contaba con una tradición importante en esta localidad en la primera mitad del s. XX, y, tras desaparecer en las últimas décadas de la dictadura franquista, volvió a celebrarse a finales de los años 70, al igual que ocurrió en muchas localidades españolas con la venida de la época democrática.

En la celebración del carnaval estepeño, cuyos gastos financia el Ayuntamiento de Estepa, es interesante analizar las letras de las diversas murgas y comparsas que se crean año tras año, pues en ellas se ponen de manifiesto los acontecimientos más significativos que hayan ocurrido en el pueblo y especialmente en la campaña anterior de mantecados. Será el momento de expresar públicamente, y sin miedo a represalias, los descontentos en las fábricas, con los horarios, los sueldos, los ritmos de trabajos en las máquinas, las desavenencias con los fabricantes por parte de las *mantecaeras*, etc. Arropado por la música, los disfraces y el ambiente festivo que permite que se expresen los sentimientos de conflictividad en la elaboración de mantecados de cada temporada en boca de los participantes, el carnaval se convierte a la vez en una válvula de escape de la conflictividad latente y en una acción simbólica de identificación local.

En las murgas carnavalescas, el léxico de los mantecados es un referente de ese saber compartido de todos los estepeños, que muestran orgullosos al sentirse como grupo social diferenciado; las letras que utilizan palabras como "*emborrísá*", "*el amo*", "*la retráctil*", "*la cochura*", "*el liao*", "*emmelar*", "*el bambo*", "*resecar*", etc. son entendidas, casi exclusivamente, por los habitantes de Estepa.

El último día de carnaval se celebra "*El Entierro del Polvorón*" en lugar del conocido entierro de la sardina de otras localidades como Málaga. Es significativo que este entierro del polvorón se venga celebrando los últimos siete años en Estepa y no con anterioridad; volvemos a tener un exponente de cómo esta identificación local se recrea y busca nuevas formas de expresión en la actualidad. El "*Entierro del Polvorón*" consiste en la creación de un gran polvorón de cartón y papel que se pasea por las calles de Estepa seguido de un séquito de hombres y mujeres vestidos de negro y con doliente actitud por la muerte del difunto polvorón y, por lo tanto, del carnaval. Esta nueva manifestación de fiesta local en relación con la industria del mantecado, tuvo su origen en la iniciativa de una agrupación de carnaval, que apoyada por el Ayuntamiento en cierta medida y mantenida por un activo grupo de jóvenes con el respaldo de la población estepeña, viene repitiéndose sin interrupción en los últimos años.

Es importante señalar el hecho de que las fiestas locales, tanto las de carácter civil como religioso, no coinciden con la temporada de fabricación de mantecados. Y ello porque su producción rige en gran medida el calendario festivo, secuenciando así los "tiempos productivos" del "tiempo de fiesta". Será pues, una eficaz forma de marcar en la vida de estepeños y estepeñas el tiempo de fiesta y el tiempo de trabajo, y dentro de éste último, el tiempo de la campaña. Así, el tercer fin de semana del mes de mayo se celebra la Octava de los Remedios; a finales de julio Santa Ana; el 15 de agosto coincidiendo con el día de la Virgen de la Asunción, patrona de Estepa, la feria local, y, a principios de septiembre antes de entrar en la campaña, la fiesta de la Virgen del Carmen. Todas estas fechas festivas, insistimos, se celebran en los meses en los que Estepa no se sumerge en la actividad de la elaboración de los

mantecados. Es más, según nos cuentan los estepeños de mayor edad, la feria hasta hace unas cuantas décadas se realizaba en septiembre y fue debido en parte a su coincidencia con los preparativos de la campaña por lo que se cambió a mediados de agosto. Cualquiera que fuesen los motivos, éste es un ejemplo más de cómo esta industria local ha configurado en gran medida el calendario festivo y laboral de esta localidad. En definitiva, este es un ejemplo importante de cómo esta actividad productiva alimentaria influye en la realidad cotidiana de los sujetos de Estepa constituyéndose en su referente de identificación local.

Pero junto a las fiestas existen otras muchas manifestaciones de esta identificación de Estepa con el mantecado, de las cuales queremos señalar las asociaciones estepeñas que alimentan el imaginario colectivo y colaboran a que tanto en Estepa como fuera de esta localidad se identifique a este municipio con su industria local. Por tanto el mantecado está articulado y presente en la trama organizativa de la sociedad local, expresando su potencial de forma institucional a través de las distintas entidades y sociedades existentes en la localidad, en las que participan de una u otra forma el entramado económico que existe en el pueblo⁴.

Comenzaremos por exponer la existencia de una peña flamenca, "*Antonio de Paula*", y de un festival flamenco que organiza esta peña y subvenciona el Ayuntamiento y la Asociación de Fabricantes de Mantecados de Estepa (A.F.A.M.E.S.) que se celebra anualmente en el verano y se denomina el "*Polvorón Flamenco*". De nuevo se utiliza un producto de esta industria local para personalizar una asociación de cante y baile flamenco, y, que al participar en certámenes y festivales, llevará consigo el orgullo de enarbolar, como si de una bandera se tratase, la asociación de Estepa con esta producción. También en esta ocasión se expresa cómo, lejos de ignorarse esta industria alimentaria durante los meses del año en que no está activa, se recrea continuamente en la memoria colectiva dentro y fuera de la localidad.

De igual modo y cumpliendo las mismas funciones de referente identitario, existe en este municipio un encuentro deportivo anual que se organiza en el mes de agosto coincidiendo con la celebración de la feria y que tiene por nombre "*El Trofeo de Fútbol Ciudad del Mantecado*". Esta competición se viene realizando en Estepa desde hace más de 25 años, y en la actualidad lo patrocina A.F.A.M.E.S. es decir, la Asociación de Fabricantes de Mantecados de Estepa. El equipo local de fútbol se denomina "*Estepa Industrial C.D.*", y es interesante observar que en su escudo aparecen junto a la representación de un balón, dos símbolos emblemáticos de Estepa: la Torre de la Victoria y una tuerca de maquinaria, alusión directa a las máquinas que se utilizan actualmente en la industria local. Nos parece importante destacar que este escudo a la vez es una imagen identificativa, que también se convierte en un símbolo de identificación local; y serán las generaciones de los más jóvenes, los que a través de sus competiciones deportivas asuman tal identificación: la de su municipio con la de la industria del mantecado. Por otra parte este deporte del fútbol jugará un importante papel como factor catalizador de conciencia de identificación local, tanto con el nombre del equipo local que competirá en las localidades cercanas, como con el trofeo anual. En todas estas ocasiones deportivas Estepa y los mantecados serán asociados indiscutiblemente.

Entre las diversas asociaciones y grupos corporativos tanto formales como informales que existen en Estepa y que tienen una relación con la elaboración de mantecados vamos a referirnos ahora a la tuna local. La tuna de Estepa tiene el nombre "*Rondalla Aromas de Canela*" y se organizó hace unos cuatro años. La componen 10 jóvenes estepeños de edades comprendidas entre los 18 y los 35 años que dan sus serenatas de forma obligada el día de

⁴Para los análisis de la sociabilidad y el asociacionismo en Andalucía en relación a las identidades e identificaciones colectivas remitimos a la obra de J. Escalera (1990), y J. Escalera y otros (1993) (1996).

la Inmaculada, el 8 de diciembre, y a lo largo del año, siempre que se presenta la ocasión. Al igual que ocurría con el escudo del equipo de fútbol local, el escudo de la tuna estepeña lo forman dos ramas de canela cruzadas. Como bien vemos la elaboración de mantecados continúa incesantemente recreando la identificación de este municipio con su industria repostera de las más diversas formas en la actualidad.

LAS IMÁGENES Y LOS SÍMBOLOS: VISUALES, AUDITIVOS Y OLFATIVOS

De entre los diversos aspectos que venimos señalando que conforman el modelo de identificación local de Estepa en asociación directa con la fabricación de mantecados, queremos detenernos en las imágenes visuales, auditivas y olfativas que en nuestra opinión recrean ese imaginario colectivo al que hacemos referencia.

Se hace preciso apuntar que, por un lado, el propio olor a azúcar, canela, a horneado, etc. que inunda el municipio durante los tres meses de la campaña, actúa como una fuerte imagen asociativa de Estepa con su industria repostera. Se hará ineludible tanto para sus habitantes como para los foráneos asociar el pueblo con el mantecado, y esto ocurrirá de forma ininterrumpida, de día y de noche, desde septiembre a diciembre, recurrentemente cada año. Nos comentan los estepeños:

“Lo puedes ver: el pueblo huele a canela, a cochura, a amasijo, por todas partes, todas las calles desde el Polígono hasta el Cerro huelen a mantecao, a dulce. Y eso no parará aquí hasta que llegue el día de la Inmaculada, a veces hasta el mismo día de Navidad”. (Estepeño-hombre-67 años)

El mantecado ha modelado físicamente la imagen del pueblo, marcando sus espacios, no sólo en lo referente a la visualización misma de los productivos, las actuales fábricas, sino en los referentes espaciales que se manifiestan en la toponimia de su callejero. Puesto que entre los muchos aspectos con los que una colectividad como la estepeña construye su modelo de identificación local, la toponimia juega un papel destacado. Porque, a través de la denominación de los lugares socialmente compartidos, se recrean cotidianamente los elementos asociativos que alimentan el imaginario colectivo de los sujetos de la localidad. Una de estas expresiones la hallamos en determinados nombres de calles y plazas de Estepa. Así encontramos plazas como la dedicada a *Micaela Ruiz Téllez “La Colchona”*, fundadora del primer pequeño obrador artesano dedicado a comercializar mantecados en 1870. Esta es la misma razón que explica los nombres de las calles alusivos a esta industria local tales como la calle *Ajonjolí, Almendra, Azúcar, Delicias y Harinas*. Entre sus avenidas encontramos la *del Alfajor, la Avenida de la Canela* y la *Avenida del Mantecado*. No resulta difícil entender que todos ellos son nombres evocativos que de manera directa se convierten en imágenes identificativas tanto para los habitantes de Estepa como para los visitantes que por allí transitan.

Nos parece interesante señalar que la mayor parte de estas calles y avenidas con nombres relacionados con la elaboración de mantecados y especialidades, son de nueva creación; es decir, se sitúan en las afueras del casco antiguo de Estepa, en las barriadas más recientes y por las cuales va creciendo en la última década esta localidad. Es en este mismo terreno ubicado en la zona llana comprendida entre las faldas del Cerro de San Cristóbal y la nueva Autovía del 92, donde se ha inaugurado una moderna área de industrias y servicios: el Polígono Industrial de Sierra Sur.

Podríamos afirmar que la creación de estas nuevas calles y avenidas con nombres relacionados con la que es hoy su principal industria local, se ha realizado por parte de las instituciones locales de forma intencionada para enarbolar así más aún la asociación identificativa de Estepa con su producción de mantecados. Será una muestra externa a modo de imá-

genes que tanto los habitantes de esta localidad como los foráneos apreciarán al caminar por sus calles, quizás sea una muestra de reconocimiento social a una industria alimentaria que consideran como propia, que genera la principal parte de las rentas de los grupos domésticos y de la que los estepeños se sienten orgullosos.

LA FISONOMÍA DE ESTEPA EN RELACIÓN AL MANTECADO

Es de especial interés analizar cómo esta actividad industrial ha ido cambiando de forma notable, con el transcurso del tiempo y las diversas fases expansivas de esta producción, la fisonomía del municipio. Nos referimos con ello, a que si bien en los comienzos de la comercialización de mantecados los pequeños obradores y fábricas familiares se ubicaron en el domicilio del fabricante, conforme fue aumentando el volumen de producción, se hizo necesario aumentar el lugar de trabajo en sí mismo, es decir, la unidad productiva. Podemos establecer tres etapas:

En una primera etapa, que abarcaría desde finales del S.XIX hasta los años de 1970, existían pequeñas fábricas artesanales en el casco antiguo del centro de la localidad. De forma señalada estas fábricas se hallaban en la calle Mesones, la calle Baja y la calle Nueva, trazando así un eje vertebral de actividad en los meses de campaña. En este periodo y de forma especial en la década de 1950 y 1960 con el espectacular aumento de producción y mano de obra, eran éstas las zonas del pueblo por donde se podía vivir un continuo y frenético movimiento de *mantecaeras*. La concentración de fábricas de mantecados en estas calles, hacía de ellas un lugar privilegiado de sociabilidad, que en los meses de la temporada se llenaba de mujeres en *bambos* (batas blancas de trabajo) y con los *gorritos* corriendo para ir a comer o a recoger o llevar a los hijos al colegio. Había unas horas puntas, en los cambios de turnos de trabajo, donde de forma destacada el trasiego humano hacía que Estepa, y concretamente estas calles, se convirtiesen en el nódulo de atracción de todos los estepeños. Aquí se concentraban los bares y las tiendas, los paseos de los jóvenes del pueblo con las forasteras y los forasteros, etc.

A partir de los años 70, algunas fábricas ante la necesidad de afrontar la reconversión industrial y hacer cara a la nueva coyuntura productiva, tuvieron que ampliar sus instalaciones, y ello se hacía sumo difícil en el centro antiguo de Estepa, por lo cual, se trasladaron a la Avenida de Andalucía. Esta es la segunda etapa que hemos establecido. Se montaron fábricas a ambos lados de esta avenida que por aquellos años formaba parte de un tramo de la carretera nacional que comunicaba Sevilla con Granada y Málaga. Esta ubicación, además de permitir instalar mayores naves de trabajo en las fábricas, posibilitaba un importante volumen de ventas de mantecados al exterior en la misma factoría, pues esa avenida era un lugar estratégico de paso de viajeros andaluces.

En una tercera y última etapa, que comienza en 1988, aparecen por primera vez grandes fábricas ahora situadas en las afueras del propio municipio, en su polígono industrial. Será la fábrica de *La Estepeña*, la que dé ese primer paso, cosa que luego harán otras fábricas a lo largo de los años 90.

La distinta ubicación de las fábricas de mantecados en Estepa, suponía un cambio en la propia fisonomía del municipio pero, lo que nos parece más importante, generará diferentes ámbitos y contextos de sociabilidad, desplazando la interacción de las *mantecaeras* con el resto de estepeños del centro a las afueras del municipio. En esta etapa actual, las trabajadoras van y vienen a sus respectivas fábricas en coches propios, cambian su indumentaria de trabajo en la empresa, y de esta forma separan tajantemente el lugar de trabajo del resto de la localidad.

Los referentes a la actividad se expresan y visualizan a su vez continuamente en cada una de las actividades del pueblo, así nos encontramos modernos servicios de restauración, como el caso del “*Restaurante Don Polvorón*” que se inauguró a mediados de los años 90 en el área de servicios del Polígono Industrial junto a la Autovía del 92, cuyo nombre sirve de explícito reclamo a asociar Estepa con los mantecados y polvorones. La utilización de la denominación de “*Don Polvorón*” en lugar de la de mantecado es un indicador más del esfuerzo de marketing de las fábricas y se puede deber a que mientras que en Andalucía se habla de mantecado en muchas partes de España se denomina polvorón al mismo producto. Este restaurante está ubicado en una frecuentada área de servicio en una Autovía que une Sevilla con Málaga y Granada, y por ello se constituye en un importante eje vertebral de tránsito de esta región.

Muchas son las manifestaciones en las que se expresa esta identificación de Estepa con su industria local. El propio argot profesional de los mantecados y el léxico de Estepa⁵ (J.L. Gamito, 1993), y en especial el que de una u otra manera se relaciona con la elaboración de mantecados, los refranes populares, los dichos locales, los motes o apodos con que se conocen sus habitantes, y todas aquellas manifestaciones de la tradición popular que se transmite oralmente, son referentes de identificación local. Estas manifestaciones culturales crean y recrean ese compendio de saberes compartidos que hace sentirse a los estepeños miembros de una determinada localidad y vienen a reafirmar sus sentimientos de exclusividad, alteridad y pertenencia. Presentamos a modo de ejemplo uno de los muchos dichos populares y uno de los tantos villancicos en los que se hace alusión directa a los mantecados de Estepa:

VILLANCICO

A esta puerta hemos llegado
cuatrocientos en cuadrilla,
si quieres que nos sentemos
saca cuatrocientas sillas.

Esta noche es Nochebuena
y hemos comido bacalao,
abre la puerta María
y te sacas un mantecao

DICHO POPULAR

Estepa tierra famosa
ha conquistado el mercado
con su dulce mantecado
que es una exquisita cosa.

CONCLUSIONES

Queremos concluir destacando que numerosos han sido los factores catalizadores de este sentimiento de pertenencia, generador de la producción de una clara, aceptada colectivamente y diferenciada identificación local, que se han ido dando a lo largo de la historia de Estepa y entre los cuales la industria del mantecado es el principal elemento que se toma como exponente de esta identificación.

⁵ Para profundizar en el léxico estepeño en general recomendamos el estudio realizado por J. L. Gamito: 1993, *Aproximación a la cultura popular de Estepa. Aspectos antropológicos y lingüísticos*. Ed. Ayuntamiento de Estepa.

Nos parece importante detenernos a reflexionar sobre el porqué esta sociedad local ha mantenido y mantiene su identificación de forma positiva con la fabricación de mantecados; y ello, porque, en nuestra opinión, diversos han sido los factores catalizadores de autoidentificación que han propiciado esta asociación identificatoria, colectivamente aceptada y exhibida, de Estepa con el mantecado, que hacen que nos digan sus habitantes:

"El mantecao siempre ha sido bien visto en Estepa. Siempre se ha dicho: "¡Gracias a Dios que tengo mantecao!"-. Es una cosa buena para la familia y nunca ha desprestigiado, ¡que va! Siempre se ha presumido por trabajar en los mantecaos. Hoy en día, por ejemplo, yo presumo de trabajar en los mantecaos porque apenas hay mujeres de mi edad con 52 años". (Mujer mantecaera-52 años)

Uno de estos elementos que han contribuido a que los estepeños se sientan orgullosos de su industria local, es el hecho de que a lo largo de este siglo, la fabricación de mantecados ha significado y significa en la actualidad un elemento de "riqueza" en la localidad. Por un lado, porque esta producción ha actuado como motor de diversificación económica en un área, la comarca de Estepa, donde la mayor parte de su población se dedicaba al sector agrícola, y donde la oferta de empleo del mercado de trabajo encontraba y encuentra un problema grave, el desempleo que llega a convertirse en algo estructural.

"El mantecao en este pueblo significa que haya trabajo, ¡fíjate lo que te digo!, es un símbolo de Estepa. Porque aquí hay trabajo y dinero, la gente viste de otra forma, las casas son mejores, si comparas con otros pueblos de alrededor, y eso es porque es lo que da más dinero". (Hombre-esposo de mantecaera-32 años)



Fábrica actual. San Antonio.

Así pues, Estepa, a diferencia de los municipios vecinos, ha presentado la singularidad de poder ofrecer a sus habitantes, en este caso principalmente a sus mujeres, una oferta de trabajo de tres meses cada año, en la época de la *campana*. Ello ha permitido de una parte, que en las décadas de los años 50 y 60 los estepeños y estepeñas no tuvieran que emigrar tal y como sí se vieron obligados a hacer el resto de los habitantes de la comarca, al poseer Estepa, ya en aquella época, esta industria local firmemente consolidada. Como bien pode-

mos imaginar, la producción de mantecados otorgaba a Estepa un dinamismo laboral, que aunque eventual y femenino, representaba unos ingresos que hacían que este municipio disfrutase de la renta per cápita más elevada de su zona. Por ello, ya desde aquellos años los estepeños abanderaban y presumían de la fabricación de mantecados como un símbolo de identificación local que suele expresarse en discursos como el que sigue:

“Hija, yo no sé cómo decirte: aquí de siempre ha habido el mantecao, y eso era y es que entra dinero en el pueblo, entra en las casas un extra que viene siempre muy bien. Y siempre se ha notado que en Estepa tenemos más dinero que alrededor, mejores coches, mejores casas, los niños mejor vestidos (...) Y tú lo ves (...) Hay mucha vida en este pueblo por el mantecao”. (Mujer mantecaera-63 años)

Es importante advertir que hemos analizado una industria alimentaria con tradición local en un contexto socioeconómico, el andaluz, que se ha caracterizado a lo largo de este siglo por la casi ausencia de actividad industrial. Es por ello por lo que la fabricación de mantecados se carga de un elevado valor simbólico de diferenciación y singularidad productiva. Valor simbólico que va de la mano del valor económico que hemos comentado. Efectivamente hay razones objetivas y subjetivas sobre las que se construye el discurso identificatorio de esta localidad.

Al respecto debemos concluir que esta industria local se muestra como el principal factor que hace que Estepa sea una localidad dinámica económica y socialmente. Dinamismo que en la actualidad está atrayendo numerosos programas de desarrollo local a través de iniciativas locales en las que los fabricantes *mantecaeros* juegan, como en tantas otras ocasiones a lo largo de este siglo, un importante papel. Pues serán muchos de estos fabricantes de mantecados los que secunden propuestas de inversiones en mejoras de la calidad de sus productos y de ampliación de sus instalaciones. Y es aquí donde se vuelve a manifestar ese “saber vender” de los *mantecaeros* estepeños, saber vender referido a dos aspectos: uno relacionado a la venta de lo tradicional de sus productos reposteros y un segundo factor referido a que tales “saberes” son ahora puestos al servicio de “la venta del pueblo” de cara a atraer políticas de desarrollo local.

La identificación que hacen los propios estepeños y estepeñas de su comunidad local con la fabricación de mantecados, hace en gran medida, que este tipo de trabajo esté bien considerado a nivel de los valores; y del mismo modo creemos que podríamos invertir este razonamiento: el estar admitida socialmente esta actividad como algo positivo y merecedor de prestigio ha coadyudado a la recreación de la identificación local de Estepa con el mantecado, un hecho que se expresa con ideas como:

“El mantecao está bien visto, porque toda Estepa teníamos fábrica, quitando capitales grandes, la mayoría eran todos fabricantes. Hoy día los capitales más grandes son fabricantes de mantecados (...). Y además te voy a decir: en esa época es que si tú no trabajabas en los mantecaos, no tenías aliciente a nada, porque salías a la calle y ni había gente en la calle, ni había en los bares, ni había en nada. Las que tenían fábrica, porque tenían, y las que no tenían iban a trabajar. Quiere decir que son meses que no es más que trabajar, eso es Estepa en la campaña. Es que aquí todo el mundo trabaja, no está feo eso, al contrario, la que no trabaja está mal”. (Fabricante-hija de antiguo fabricante-mujer-54 años)

Insistimos en defender que en Estepa, la elaboración de mantecados condiciona en gran medida la vida de sus habitantes, tanto a los que trabajan directamente en fábricas como a los que no. Todo el municipio se ve afectado de diversas formas a lo largo del año por esta actividad productiva, de ahí su importancia como factor catalizador de identificación local. Nos comentan las estepeñas:

“En campaña es que no se casa nadie, no se bautiza nadie, y casi ni se muere nadie, porque parece que es mentira pero no hay apenas entierros. Esto en las horas puntas es un torbellino”.
(Hombre-fabricante-53 años)

Estos hechos nos parecen de suma importancia para analizar cómo una actividad laboral repercute en el comportamiento de todo un colectivo social y rige en cierta medida sus ciclos vitales. En cualquier caso estas pautas conductuales vienen a reflejar de nuevo la idiosincrasia particular que los mantecados otorgan a este municipio y qué papel juegan en la creación de su identidad local.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, E.

1998 *Las bordadoras de mantones de Manila de Sevilla. Trabajo y género en la producción doméstica*. Ed. Ayuntamiento de Sevilla y Universidad de Sevilla.

ESCALERA, J; RUIZ, E; VALCUENDE, J.M.

1993 “Antropología política de las identidades colectivas en la cuenca minera de Río Tinto”, en MARTIN, E. *Sistemas de indentidades y su expresión en las sociedades locales*. VI Congreso de Antropología, Ed. Asociación Canaria de Antropología. Tenerife.

GREGORY, D.

1978 *La Odisea Andaluza: una emigración hacia Europa*. Ed. Tecnos. Madrid.

MARCHENA, M.

1996 “Configuración territorial y socioeconómica de Estepa (siglos XIX y XX)”, en las *Actas de las II Jornadas de Historia Local de Estepa*. Ayuntamiento de Estepa, pp. 429-445.

RIVERO, A.

1994 “De los mantecados y otros dulces estepeños”, en *Semblanzas Estepeñas*. Ayuntamiento de Estepa.

TELLEZ, A.

1995 “Mujer y trabajo: las *mantecaeras* de Estepa”, en *Actas de las I Jornadas de Historia de Estepa*, Ayuntamiento de Estepa, pp. 525- 535.

1999 “El patrimonio etnológico de Estepa”, en *Actas de las III Jornadas de Historia de Estepa*, Ayuntamiento de Estepa.

1999 “Procesos productivos y representaciones ideológicas: trabajo, género e identificación local en Estepa”, tesis doctoral, Departamento de Antropología, Universidad de Sevilla.