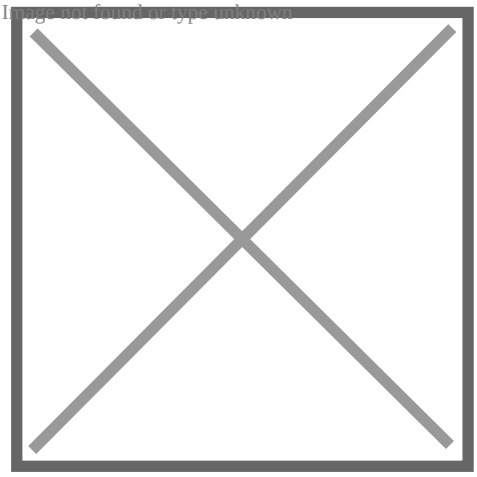
OCIO/ESPECTÁCULOS | Estilo de Vida

El mundo quiere vivir como en la Subbética (y lo llama 'cottagecore')

Huertos, cocina casera, artesanía, casas con historia, naturaleza y una vida aparentemente más lenta conquistan a millones de usuarios urbanos

Redacción/Priego Digital
Sábado 12 de septiembre de 2026 - 09:00



Una mesa de madera, fruta recién recogida, una cocina sin pretensiones, flores silvestres, una cesta de mimbre, labores hechas a mano y una ventana abierta al campo. La escena podría pertenecer a cualquier casa rural de la Subbética. En Internet, sin embargo, tiene nombre propio: cottagecore.

El término define una estética que idealiza la vida en el campo y recupera actividades asociadas a un pasado preindustrial: cultivar, cocinar, coser, hacer artesanía, hornear, cuidar plantas o simplemente disponer de tiempo. Investigaciones académicas describen el fenómeno como una representación romántica de la ruralidad que utiliza precisamente las labores manuales, los alimentos tradicionales y las casas de campo como respuesta simbólica a la velocidad y las preocupaciones de la vida contemporánea.

No es una moda nacida en 2026. Lleva varios años circulando por TikTok, Instagram y Pinterest. Lo significativo es que, lejos de desaparecer, continúa evolucionando y ganando nuevas variantes.

De tendencia de Internet a aspiración vital

El último informe de tendencias de Pinterest ofrece una pista bastante elocuente. En 2026, las búsquedas relacionadas con “cocinas cottagecore oscuras” han crecido un 915%, las de “cocinas de pueblo” un 825%, las de estilo grandmacore un 545% y las de “cocina rústica de granja” un 410%.

No acaba ahí. Las búsquedas de inspiración para jardines aumentaron un 940%, mientras crecen también los rincones de lectura, los espacios acogedores y pequeñas zonas exteriores concebidas para descansar. Pinterest interpreta estos datos como parte de un cambio hacia la comodidad, la autenticidad y experiencias más sencillas frente al perfeccionismo y el estatus.

Traducido: una parte del público urbano parece cansada de que todo tenga que ser nuevo, inmediato, perfecto y productivo.

Y vuelve la mirada hacia el pueblo.

Lo que en las redes es tendencia, aquí lleva siglos existiendo

La paradoja aparece cuando esa estética digital se observa desde lugares como Priego de Córdoba.

Aquí resulta difícil vender el cottagecore como una gran innovación cuando buena parte de sus ingredientes forman parte del paisaje cultural cotidiano.

La propia información turística oficial de Priego destaca que continúan vivos oficios que han desaparecido en numerosos lugares: talla, imaginería, dorado, ebanistería, forja, tejidos elaborados en antiguos telares de palo, encaje de bolillos, esparto o trabajos realizados con paja de escaña. Son técnicas transmitidas durante

generaciones que ahora encajarían perfectamente en cualquier vídeo sobre artesanía y slow living.

Priego conserva además una tradición textil de varios siglos. Su Centro de Interpretación de la Industria Textil recuerda que la localidad tuvo primero una potente producción sedera y posteriormente una industria algodonera que llegó a tener un importante número de telares en funcionamiento.

Lo que ahora se presenta en algunas redes como recuperación de las cosas hechas despacio fue, durante generaciones, simplemente una manera de trabajar.

Y después está el olivar

Pocas imágenes podrían representar mejor esa nueva fascinación urbana por el mundo rural que un olivar de montaña.

La Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba comprende 29.628 hectáreas entre Priego, Almedinilla, Carcabuey y Fuente Tójar, en pleno Parque Natural de las Sierras Subbéticas. Parte de estos olivares tradicionales, centenarios e incluso milenarios, se encuentran en terrenos donde la mecanización resulta complicada y muchas labores siguen realizándose manualmente.

La propia DOP ha convertido esa realidad productiva en experiencia turística: pasear por el olivar, conocer la poda y la floración, participar en la recolección, visitar una almazara, realizar una cata o recuperar el tradicional desayuno molinero forman parte actualmente de su propuesta de oleoturismo.

Es significativo. El visitante ya no quiere únicamente fotografiar un monumento. Cada vez busca más participar, aprender, tocar, probar y conocer quién produce aquello que consume.

Ahí la Subbética dispone de una ventaja difícil de fabricar: autenticidad.

El turismo también empieza a mirar hacia el interior

La tendencia estética no implica que millones de personas estén abandonando las ciudades para instalarse en una aldea. Sería exagerado afirmarlo.

Sí existen, sin embargo, señales de creciente interés por el turismo vinculado al mundo rural. Los últimos datos publicados por el INE indican que las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural aumentaron un 3,9% interanual en julio de 2026.

Andalucía, por su parte, cerró 2025 con 37,9 millones de turistas (un 5,2% más que el año anterior) y la Junta destaca que 775 de sus municipios recibieron visitantes, reflejando una extensión progresiva de la actividad hacia destinos interiores y zonas tradicionalmente menos turísticas.

Para la Subbética, ese movimiento abre una oportunidad que va mucho más allá de poner la etiqueta cottagecore a una casa rural.

Puede significar vender experiencias alrededor del aceite, la gastronomía, los oficios tradicionales, los pequeños productores, los senderos, los cortijos, los huertos o las recetas transmitidas dentro de una familia.

Pero vivir en un pueblo no es un filtro de Instagram

Existe también una cara menos fotogénica del fenómeno.

Los estudios académicos advierten de que el cottagecore construye una versión deliberadamente idealizada del campo. En sus imágenes prácticamente nunca aparecen el esfuerzo físico, la incertidumbre agrícola, los problemas de transporte, la pérdida de población o las dificultades para mantener determinados servicios.

Y esos problemas son reales.

La Comisión Europea recuerda que numerosas zonas rurales afrontan envejecimiento, despoblación, menor disponibilidad de empleo y dificultades de acceso a sanidad, educación, transporte o conectividad. Además, la edad media de los agricultores europeos alcanza los 57 años y solo el 12% tiene menos de 40.

Por eso existe cierta ironía en que desde las ciudades se idealice una forma de vida mientras numerosos pueblos continúan buscando cómo conseguir que sus jóvenes puedan permanecer en ellos.

El campo puede ser pausado. Pero no necesariamente fácil.

Una oportunidad para Priego sin necesidad de disfrazarse

Quizá ahí esté precisamente la oportunidad.

Priego y la Subbética no necesitan transformarse en cottagecore. El error sería fabricar decorados para parecerse a las fotografías que circulan por las redes.

Lo interesante sería exactamente lo contrario: mostrar lo auténtico.

El artesano que todavía trabaja la madera. Quien conserva el encaje de bolillos. El agricultor que poda un olivar imposible de mecanizar. Una familia que mantiene una receta. Una almazara durante la molturación. Una huerta pequeña. Un desayuno molinero. Una conversación a la puerta de una casa.

Convertir todo eso en contenido, experiencias turísticas y productos comercializables puede generar economía y, al mismo tiempo, ayudar a conservar conocimientos que corren el riesgo de desaparecer.

Porque probablemente el verdadero valor del fenómeno no sea que alguien en Nueva York, Londres o Madrid compre una cesta de mimbre para colocarla junto a una ventana.

Es que descubra que existen lugares donde aquello que intenta recrear todavía forma parte de la vida real.

En Internet lo llaman cottagecore.

En la Subbética, muchas veces, es simplemente martes.