



Asociación para el
Desarrollo Rural de Andalucía

tierra sur

10

Revista de Desarrollo Rural. Otoño 2002

Manuel Chaves

Los programas de emprendedores
rurales de Andalucía

Antonio González Cabrera

El futuro de las políticas
de desarrollo rural

María del Mar Delgado

Luces y sombras de una década
de desarrollo rural en Andalucía



Los Grupos de Desarrollo
Rural andaluces firman los
convenios de Leader Plus y
Proder-A

Entrevista

Vicente Forteza del Rey
**Director General de Desarrollo
Rural del ministerio de
Agricultura, Pesca y
Alimentación**

Comarca de Guadix

Red ProRural
El desarrollo rural en Chile

Documentos
Artesanía





andaluciarural.org



aratierrasur.com



www.andaluciarural.org es la web de la Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA). www.aratierrasur.com es la web de la revista aratierrasur, editada por ARA. Financiadas por la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía.

Una oportunidad para las ideas

E D I T O R I A L

Recuerdo un ejecutivo norteamericano muy conocido, hoy en horas bajas, que para crear empresas no hace falta dinero. Según él lo más importante es la energía, las ganas y el empuje que se tengan para sacarlas adelante. Este tipo de afirmaciones, sobre todo en boca de personas que han tenido mucho dinero a su disposición, no resultan del todo convincentes, pero sí parece verdad que siendo importante, el dinero no lo es todo, y puede que ni siquiera sea lo más importante. Si alguien se da una vuelta hoy por diferentes zonas de la Andalucía rural, oirá a más de uno contar no sé qué de un proyecto empresarial que tiene entre manos. Siempre ha habido gente con espíritu emprendedor, en la ciudad y en el campo, pero ahora, sin la menor duda, es mucho más frecuente encontrarla en el medio rural que antes.

Aunque muchos pequeños pueblos aún sigan perdiendo actividad, y población, en el conjunto de una comarca, incluso en las más deprimidas o con peores perspectivas, mucha gente piensa en las posibilidades que se le ofrecen de crear una empresa. Una empresa de diseño de páginas web, por ejemplo. Numerosas actividades que antes eran impensables no ya fuera de una ciudad, sino fuera de Madrid o Barcelona, van surgiendo en el medio rural con mejor o peor fortuna. Jóvenes que han ido a estudiar la carrera fuera, vuelven para tratar de aplicar en una pequeña empresa propia aquello que han aprendido. Y no se trata de un fenómeno pasajero.

Llevan razón quienes dicen que aunque solo fuera por eso, por haber contribuido a estimular la iniciativa y difundir ideas, los programas Leader y Proder ya habrían resultado muy beneficiosos. En el nuevo y largo periodo que se inicia ahora, con la firma de los convenios que permite a los Grupos de Desarrollo Rural empezar a gestionar los fondos de los programas, va a resultar fundamental que estas iniciativas empresariales, de jóvenes o de mayores, encuentren apoyos de todo tipo. Esa es la labor que tienen los Grupos por delante.

Los Grupos de Desarrollo Rural firman los convenios de Proder y Leader Plus



Los Grupos de Desarrollo Rural andaluces ya pueden empezar a desarrollar los programas Leader Plus y Proder, tras firmar en Sevilla el pasado 3 de octubre, en un acto presidido por Manuel Chaves, los convenios de colaboración con la Junta de Andalucía. Los programas de Desarrollo Rural Proder y Leader Plus, que contarán con una financiación pública de 342,13 millones de euros, aportados por las administraciones Comunitaria, Central y Autonómica, tienen como beneficiarios a 693 municipios andaluces (90% del territorio de la región) y a una población de más de tres millones de personas. Se espera que generen una inversión total de 1.026,3 millones de euros hasta 2006.

El programa Proder contará con 212,3 millones de euros, financiados con fondos comunitarios (70%), Junta de Andalucía (21%) y Gobierno central (9%). Las ayudas tendrán como principal objetivo apoyar proyectos que contribuyan a vertebrar las sociedades rurales mediante la diversificación de sus estructuras productivas, la promoción de un crecimiento socioeconómico equilibrado y el incremento de los niveles de renta y empleo. Para acceder a la gestión de estas ayudas, los grupos de desarrollo rural debían representar a comarcas de al menos 10.000 habitantes.

La iniciativa Leader Plus supondrá una inversión pública de 129,7 millones de euros, el 67% procedentes de fondos europeos y el resto aportado por las administraciones Nacional, Autonómica y Local. Estos recursos se destinarán a estrategias de fomento de las nuevas tecnologías, incorporación de las mujeres y los jóvenes al desarrollo rural, mejora de la capacidad de organización, apoyo a las pequeñas empresas



agrarias, valorización de los productos locales y aprovechamiento de las posibilidades culturales y medioambientales de cada territorio. Su ámbito de aplicación es todo el territorio rural andaluz, salvo los municipios de más de 50.000 ha. y las áreas turísticas.

Grupos seleccionados

En total se han elegido 50 Grupos de Desarrollo Rural para gestionar los fondos del PRODER de Andalucía, de los cuales 22 gestionarán también los del Programa Regional LEADER Plus de Andalucía. La selección de estos grupos la ha realizado un comité formado por la Consejería de Agricultura y Pesca; el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP); la Asociación Rural de Andalucía (ARA); los sindicatos UGT y CCOO, y la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA).

Nueva regulación

La nueva regulación incorpora la posibilidad de que los dos programas funcionen de forma complementaria en el marco de una estrategia integral, a diferencia de lo que ocurre en el resto de España y de la Unión Europea. De este modo, parte de los grupos de desarrollo rural que estén acogidos al Proder de Andalucía podrán complementar su actividad incorporándose también al Leader Plus en la estrategia de cooperación. Otra novedad destacada es que los grupos podrán trabajar en red a través de fórmulas de cooperación.

En este nuevo periodo, se ha dado un paso más en cuanto a cooperación y se han creado los denominados Grupos de Cooperación, que son estructuras estables, diseñadas y orientadas hacia la promoción de actuaciones de cooperación. En Andalucía se han constituido siete Grupos de Cooperación, en los que participan los 50 grupos de desarrollo rural andaluces. Estos grupos están abiertos a colaborar con otros grupos andaluces, españoles, comunitarios, o de terceros países. A través de ellos se financian actuaciones que pueden repercutir y ser aprovechadas por los emprendedores rurales de Andalucía.



Asociación para el
Desarrollo Rural de Andalucía

tierra sur

Edita



ARA
(Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía)
Edificio Eurocei
Autovía Sevilla-Coripa del Río km. 3,5
41920-San Juan de Aznalfarache (Sevilla)
Tel. 954 179 2 10
Fax 954 179 2 18
Apartado de correos 76
ara@andaluciarural.org
www.andaluciarural.org

Con la colaboración y financiación



Consejería de Agricultura y Pesca
Junta de Andalucía
C/ Tabladilla s/n
41071 Sevilla
Tel. 955 032 000
www.cap.junta-andalucia.es

Presidenta

Alicia Agudo Pérez

Vicepresidentes

José Ángel Cifuentes Lozano
Juan García Baena

Secretario

José Lancha Aranda

Tesorero

Rafael Moreno Segura

Vocales

Miguel de Haro González
José Manuel Alonso Martínez
José Luis Sánchez Teruel
Juan Nieto Sánchez
Luis Romero Acedo
Luis Moreno Castro
Manuel Leyva Jiménez
Juan Manuel Fernández Serrano
Félix Soto Pérez
Juan Coronel Martín
Francisco Oliva Marín

Director

José María Sánchez-Robles

Edición

Edinexus Multimedia

Diseño

Índigo

Portada

Alfarero de Ronda (Málaga)
Fotografía de Jane Munro

Impreso en España

Depósito legal

D.L.M. 979-98

10

Revista de Desarrollo Rural. Otoño 2002

SUMARIO

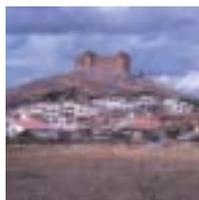
14



18



32



Fe de errores

En la entrevista publicada en el nº 9 de 'ARA Tierra Sur' con el presidente de la REDR, Antonio González Cabrera, donde decía: '...los gerentes del IDC se están formando de forma gratuita en el master que ha pagado el Ministerio...', debía decir: '...a los gerentes del IDC los ha becado el Ministerio...'. Por otra parte, el artículo sobre 'La aceituna aloreña', publicado en ese mismo número, lo escribió Margarita Jiménez Gómez, técnico en Agroalimentación del G.D.R. Valle del Guadalhorce.

OPINIÓN

- 6 **Manuel Chaves**
Los programas de emprendedores rurales de Andalucía
- 8 **Antonio González Cabrera**
El futuro de las políticas de desarrollo rural
- 10 **María del Mar Delgado**
1991-2000: Luces y sombras de una década de desarrollo rural en Andalucía

ENTREVISTA

Vicente Forteza del Rey
Director General de Desarrollo Rural del ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

DOCUMENTOS

Artesanía

- 18 **La artesanía rural y sus razones**
Francisco Luque-Romero Albornoz
José Cobos Ruiz de Adana
- 22 **Artesanía y empleo**
José María Casado Raigón
- 24 **Aprendices en talleres artesanales**
Alicia Domínguez Núñez
- 26 **Artesanía y nuevas tecnologías**
Pablo Blanco
- 28 **El arte de vender**
Concha Blanch
- 30 **Escuela-taller Molina-Lario**
Fernando Ramos Rivas
- 32 **COMARCAS**
La comarca de Guadix

EXPERIENCIAS

- 36 **Red ProRural**
El desarrollo rural en Chile
- 38 **South West Mayo**
Programa irlandés
- 41 **'Granja Pocitana'**
Una explotación familiar en Argentina

PUBLICACIONES

WEBS RECOMENDADAS

- 44 **GRUPOS DE DESARROLLO DE ANDALUCÍA**
Direcciones

Los programas de emprendedores rurales de Andalucía

Manuel Chaves
Presidente de la Junta de Andalucía

Podríamos decir que el medio rural andaluz pasa a ser un buen exponente de prosperidad y calidad de vida, en un contexto en el que crecen la cohesión, la solidaridad y la igualdad de oportunidades

Los representantes de los Grupos de Desarrollo Rural, del Ministerio y de la Junta de Andalucía acaban de suscribir los Convenios de Colaboración para la puesta en marcha de las Iniciativas PRODER y LEADER PLUS, del Programa de EMPRENDEDORES RURALES ANDALUCES, correspondientes al periodo 2000-2006. Quiero, ante todo, expresar mi reconocimiento a todos los que han hecho posible un acuerdo de tanta importancia para nuestra Comunidad y, de manera especial, deseo trasladar mi más cordial felicitación a quienes habitan en el espacio rural andaluz en su conjunto, por la trascendencia que tiene el documento firmado para impulsar el progreso, el bienestar y la calidad de vida en numerosos pueblos y comarcas andaluzas.

Ponderar en su justa medida las consecuencias del acto que hoy nos convoca obliga a hacer una valoración retrospectiva de la incidencia que este tipo de Programas han supuesto para la transformación de un entorno que parecía abocado a la pérdida de población por falta de perspectivas de futuro, por el envejecimiento de sus habitantes y, en definitiva, por unas condiciones de vida muy alejadas de los indicadores que definen a una sociedad moderna y desarrollada.

Las iniciativas adoptadas por el Gobierno Andaluz en la década de los ochenta y, de manera especial, el impulso que han supuesto las iniciativas europeas para el sector, han permitido que el medio rural de nuestra Comunidad haya experimentado un cambio inimaginable hace algo más de 10 años. Esta transformación se evidencia en elementos cuantitativos, como son el

aumento de la riqueza y del empleo, la creación de equipamientos e infraestructuras, la consolidación demográfica o el incremento de las cotas de bienestar, entre otros ejemplos que podrían citarse.

Creo, sin embargo, que hay aspectos cualitativos tan esenciales como los anteriores. Me refiero al marco participativo en el que se han producido tales cambios, al espíritu emprendedor generado y a la incorporación decisiva de determinados segmentos sociales, como las mujeres y los jóvenes.

Conviene subrayar que estamos ante unos programas de amplia repercusión, tanto en lo geográfico como en lo económico y social, que superan límites e intereses sectoriales, que nos comprometen a todos y, por tanto, todos debemos sentirnos corresponsables de la aplicación de unas propuestas que vienen a ofrecer soluciones eficaces a las demandas del entorno al que van dirigida.

Con una perspectiva temporal que alcanza hasta el año 2006, medio centenar de Grupos de Desarrollo que cubren el 90% del territorio andaluz, casi 700 municipios (693) donde habitan más de 3 millones de personas, van a tener a su disposición una potente herramienta que debe permitir consolidar los logros obtenidos y abrir nuevas vías de progreso. La inversión global prevista que movilizarán los 342 millones de euros públicos para financiar los proyectos de los emprendedores rurales andaluces se incrementa en un 126% con respecto al periodo anterior (94-99), pasando de 454 millones de euros a 1.026 millones de euros. Este volumen de recur-

sos financieros debe permitir alcanzar grandes e importantes objetivos. Para ello es imprescindible la colaboración de la iniciativa privada y de las Administraciones Públicas. En este espíritu de colaboración interinstitucional, la Junta de Andalucía ha asumido la financiación que correspondería aportar a las Entidades Locales de nuestra Comunidad.

El medio rural andaluz se encuentra, por tanto, ante una magnífica oportunidad de profundizar y ampliar sus horizontes. Cuenta con los apoyos institucionales, financieros y sobre todo con los recursos humanos necesarios para planificar a medio y largo plazo las estrategias más adecuadas a sus necesidades y expectativas.

Dispone, asimismo, de una valiosa experiencia acumulada durante los últimos años, que ha producido excelentes resultados. Y sobre todo, disponemos del activo esencial para fortalecer e intensificar la dinámica seguida hasta ahora: el capital humano. Los hombres y mujeres que viven en el medio rural andaluz están alcanzando un grado de formación que revalida y concreta en todos los ámbitos de nuestra Comunidad la gran apuesta educativa que vienen realizando las instituciones públicas y la sociedad andaluza.

El espíritu emprendedor y la capacidad de iniciativa, junto con la introducción de modernos sistemas de gestión, la solidez de los proyectos empresariales y el continuo afán innovador, son hoy elementos cada vez más arraigados y asociados a un entorno que, hasta hace bien poco, tenía en la agricultura tradicional su principal y casi único medio de subsistencia, mientras que

Este texto recoge la intervención del presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, en el acto de la Firma de los Convenios de Colaboración de la Junta de Andalucía con los Grupos de Desarrollo Rural (3 de octubre de 2002).

Hay que apostar por el valor del medio ambiente, la calidad y la competitividad de nuestra industria agroalimentaria; para ello, hay que estar atentos a los avances en biotecnología y hay que mejorar en los procesos de comercialización, dos tareas en las que pueden y deben tener un especial protagonismo los Grupos de Desarrollo Rural

en la actualidad ofrece una variada gama de productos y servicios de calidad.

A estos parámetros de desarrollo económico deben añadirse una serie de conquistas en el terreno social de gran valor. El protagonismo de la mujer no ha parado de crecer en los últimos años, al tiempo que se iba produciendo también una mayor incorporación de jóvenes a las actividades económicas. Si tuviéramos que definirlo en pocas palabras, podríamos decir que el medio rural andaluz pasa a ser un buen exponente de prosperidad y calidad de vida, en un contexto socio-político en el que crecen la cohesión, la solidaridad y la igualdad de oportunidades.

Sobre tales premisas tenemos que seguir dando pasos hacia delante. Los andaluces hemos demostrado, durante estos 20 años de autogobierno, que podemos superar grandes desafíos si contamos con los recursos necesarios y con un proyecto que movilice e ilusione al conjunto de la sociedad. La globalización económica, la revolución tecnológica y la sociedad de la información representan tres elementos esenciales del nuevo orden mundial que se está configurando y nuestra Comunidad no puede quedar otra vez al margen de las grandes transformaciones que se están produciendo. El sector rural tampoco.

Vivimos momentos en los que es preciso definir entre todos y con urgencia el camino que queremos seguir, decidir sobre nuestras opciones de futuro y adoptar, en consecuencia, las medidas y las estrategias necesarias para lograrlo. Desde el Gobierno Autónomo estamos promoviendo un gran debate entorno a estas cuestiones, a

través de lo hemos denominado la Segunda Modernización de Andalucía.

El objetivo de esta propuesta es abrir un proceso de análisis y reflexión entre todas las fuerzas políticas, sociales y económicas andaluzas que permita definir el escenario en que pretendemos situar a nuestra Comunidad en los próximos años y recabar el consenso que facilite solventar los desafíos que una empresa de esta envergadura plantea. Precisamente el primer encuentro sobre la segunda modernización se celebró recientemente en Córdoba para reflexionar y debatir sobre las aportaciones del mundo rural a este nuevo proceso de modernización.

El medio rural andaluz, en especial los grupos de desarrollo rural, sus emprendedores, sus organizaciones representativas y en general todos los hombres y mujeres que han conseguido en poco tiempo introducir importantes cambios y mejoras, colaborando eficazmente al progreso de nuestra Comunidad, tienen que volver a desempeñar un papel destacado en esta nueva tarea.

Se han dado algunos pasos importantes en esta dirección, pero es preciso generalizar e intensificar de manera especial todo lo relacionado con la innovación y las nuevas tecnologías. Esa es hoy una de las llaves que abre el camino del progreso, la que nos puede permitir mejorar la gestión y la producción, mediante la optimización de los recursos. También hay que apostar por el valor del medio ambiente, la calidad y la competitividad de nuestra industria agroalimentaria; para ello, hay que estar atentos a los avances en biotecnología y hay que mejorar en los procesos de comercializa-

ción, dos tareas en las que pueden y deben tener un especial protagonismo los grupos de desarrollo rural.

La misión que cabe esperar de los emprendedores y de los Grupos de Desarrollo Rural es que asuman este reto y sean capaces de hacer aflorar las enormes potencialidades que tienen a su alcance, incorporándose así a la vanguardia de la Andalucía del siglo XXI. A ellos mi ánimo y mi gratitud para afrontar la ilusionante tarea que les espera. Las ayudas y el apoyo institucional no van a faltar. El Gobierno Andaluz es consciente del crucial desafío al que se enfrenta el medio rural y, en consecuencia, reiteramos nuestro compromiso de defender sus intereses en los foros europeos y ante las reformas que se avecinan (PAC), y reiteramos también nuestra voluntad de colaboración con los ayuntamientos, con los agentes económicos o sociales y con los emprendedores rurales en la consecución de los objetivos reseñados.

Concluyo por tanto estas palabras agradeciendo a todos su esfuerzo y su participación. La respuesta de Andalucía y del mundo rural andaluz continuará siendo la de una Comunidad y una sociedad que trabaja con ahínco, que apuesta por la innovación y la cultura emprendedora, y que es capaz de avanzar en el proceso de convergencia con los países europeos de nuestro entorno.

Mi gratitud, sobre todo, a la labor callada y anónima que realizan a lo largo de nuestra geografía rural, miles de andaluces y andaluzas para conseguir que sus pueblos y comarcas alcancen cada vez mayores cotas de progreso y bienestar.

El futuro de las políticas de desarrollo rural

Antonio González Cabrera
Presidente de la Red Española de Desarrollo Rural

En las medidas no agrarias de desarrollo rural se gasta poco más del 1,5% del presupuesto de la PAC

Si se realiza un análisis para evaluar la creación del segundo pilar de la PAC y el refuerzo del mismo, a través de la Agenda 2000, tenemos que reconocer que en realidad lo que ha significado es un cambio de la financiación del FEOGA-Orientación por la del FEOGA-Garantía; no la aplicación de nuevas medidas ni el incremento de los recursos disponibles, sino la continuación del enfoque aplicado en el periodo anterior. Sí es cierto que se han integrado acciones y medidas, pero no se ha producido una modificación de sus contenidos.

En España, el Reglamento de Desarrollo Rural solo tiene una financiación europea de 1.200 millones de euros por año frente a alrededor de 6.000 millones de euros por año para el primer pilar. El gasto comunitario sobre las medidas de desarrollo rural en España se sitúa aproximadamente en un 17% de los gastos del conjunto de la PAC (primer y segundo pilar). A esto debemos añadir las medidas del artículo 33, que forman parte de los programas regionales de desarrollo rural, por lo que son las CC.AA. las que deciden los fondos que deben destinarse. Se calcula que menos del 9% del presupuesto del Reglamento de Desarrollo Rural (RDR) se dedica a medidas no estrictamente agrarias en España. El PRODER (programa nacional paralelo a Leader) representa el 4,6%.

En su conjunto esto implica que se gasta poco más del 1,5% del presupuesto de la PAC en las medidas no agrarias de desarrollo rural. El presupuesto de Leader en España es de en torno a 500 millones de euros para todo el periodo (o sea alrededor de 80 millones de euros por año) y, por lo tanto, no cambia la situación global de forma significativa.

La ecocondicionalidad y la preocupación de los consumidores por alimentos sanos y de calidad tampoco tienen el peso que les debe corresponder. Por ejemplo, las medidas de protección ambiental (artículo 33) y las medidas de promoción de productos de calidad no alcanzan el 4% y el 0,38% del presupuesto del RDR, respectivamente. Muchas otras medidas pueden tener un impacto dudoso sobre el medioambiente. En este contexto, la modulación del 20% de la PAC permitida por la Comisión Europea duplicaría el presupuesto disponible actualmente en el Reglamento de Desarrollo Rural. Por la misma regla, el margen de maniobra para aumentar las medidas de diversificación rural, calidad alimentaria y protección ambiental sería muchas veces mayor.

La modulación obligatoria debe ser el primer paso, pero los otros pasos hay que darlos simultáneamente. Resulta imprescindible que, junto a la modulación y a la ecocondicionalidad, se plantee implantar una nueva tipología de zonas rurales con distinto grado de cofinanciación comunitaria, en base a su grado de ruralidad y al desarrollo económico de los territorios. Esto es exigible desde el principio de cohesión. En el Estado español, con una modulación del 10%, el ministerio de Agricultura y las CC.AA. tendrían que aportar 110 millones de euros adicionales cada uno. Es necesario dejar abierta la posibilidad de que los Estados miembros, si así lo desean, puedan aplicar los fondos obtenidos mediante modulación y ecocondicionalidad directamente al desarrollo rural, sin necesidad de cofinanciación alguna.

El planteamiento no solo debe ser la reforma de la PAC, sino algo más profundo,

porque se está hablando de solidaridad entre los ciudadanos europeos y la cohesión entre los territorios. En España, a lo que supuso LEADER I para el Desarrollo Rural, se ha añadido el programa PRODER, permitiendo a muchas regiones extender las estructuras políticas y técnicas de los Grupos de Acción a una proporción muy elevada del territorio rural. Esta decisión sitúa a los Grupos de Acción Local y las diversas redes que emanan de ellos en una posición estratégica como herramienta de gestión participativa e integración de las diversas políticas que afectan al mundo rural en España.

Pero la estrategia española de Desarrollo Rural también conlleva una serie de riesgos muy elevados: una excesiva burocratización, una excesiva politización y una posible marginación de los movimientos, organizaciones e instituciones que realmente pueden afectar al desarrollo de las zonas rurales. La España rural, la España olvidada, existe y ninguna política que quiera basarse en la cohesión social y territorial puede construirse al margen de esta realidad. Hablar de la España rural es hablar de más de 7.000 municipios, casi el 90% del territorio y más del 20% de la población.

Esta no es una situación que afecte sólo a la España interior. Prácticamente en cada Comunidad Autónoma se está reproduciendo un modelo basado en la despoblación de gran parte del territorio, en beneficio de la concentración en una parte del mismo. Los efectos que provoca esta situación pueden resumirse gráficamente en la huida masiva de los jóvenes del mundo rural ante la ausencia de un futuro profesional, laboral y personal.

A modo de imagen rápida, el mundo rural está caracterizado por:

- Un nivel de rentas muy inferior al del medio urbano. Hoy, la renta agraria por ocupado, en términos reales, es inferior a la de 1996.

- Unos servicios públicos manifiestamente mejorables. Los servicios sanitarios, la oferta formativa, las dotaciones sociales o culturales, no solo no convergen con los de las ciudades, sino que, al contrario, se distancian cada vez más.

- Las carencias en infraestructuras dificultan la apuesta de emprendedores, tanto de agricultores y ganaderos, como de las iniciativas de diversificación económica (turismo rural, actividades medioambientales...).

- Y unas prestaciones de la Seguridad Social manifiestamente mejorables.

Un concepto integral de medio rural

El hecho de que los programas de desarrollo rural se formulen sobre un territorio concreto, por quienes viven en ese territorio, y sobre los recursos propios puestos en valor, ha permitido dar a esos programas un carácter integral e integrador de las distintas políticas que inciden sobre ese territorio y sobre todos sus sectores socioeconómicos. Desde esta óptica cualquier recorte de los recursos destinados a cualquiera de estos sectores es una agresión al medio rural. Las recientes medidas sobre las prestaciones por desempleo, el decretazo, son una agresión al medio rural. El recorte de ayudas al sector agrario, no el más importante, pero sí de una importancia evidente, es una agresión al medio rural. El retraso en la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación al medio rural, es también una agresión.

Bajo esta concepción integral, no podemos quedarnos en la reivindicación de aquello que directamente gestionaríamos los Grupos, sino que nuestro papel como Red de los Grupos de Desarrollo Rural que aglutinan la totalidad de agentes de un territorio debe ser más ambicioso y debemos reivindicar una atención específica al medio rural a través de un verdadero Plan de Medidas de Desarrollo Rural, que debería presentar el Gobierno al Parlamento, coordinado con Comunida-

des Autónomas y Ayuntamientos, con unos objetivos prioritarios, que a nuestro entender serían:

1. Mejora de infraestructuras en el medio rural, con especial incidencia en el acceso a las telecomunicaciones.

2. Oferta formativa adaptada a las especiales condiciones y necesidades del mundo rural, con especial atención a las propuestas de ciclos formativos relacionados con las economías rurales.

3. Mejora de servicios sanitarios, con especial incidencia en urgencias y transporte sanitario.

4. Dotación de servicios sociales de proximidad adaptados a las condiciones demográficas y geográficas del mundo rural.

5. Impulso a las posibilidades de diversificación económica de los diferentes territorios rurales.

6. Adaptación de *políticas de género* a las condiciones específicas del medio rural.

7. Impulso a la incorporación de jóvenes a la vida activa en el mundo rural.

8. Apoyo a los partenariados locales, como foro de participación conjunta de las iniciativas públicas y privadas, e instrumento de profundización de la democracia en el medio rural.

La propuesta de reforma intermedia de la PAC

Para Bruselas, el proyecto está influido por la exigencia ciudadana de una mayor calidad alimentaria y un menor intensivismo frente a crisis como la de las vacas locas. A la vez, la Comisión recuerda que los jefes de Gobierno de la Unión Europea apostaron en la cumbre de Gotemburgo (Suecia) del año pasado por una agricultura sostenible. La

primera valoración que hacemos desde la REDR es que aún considerando correctos los objetivos planteados, los instrumentos que se utilizan para su logro no son los apropiados o se desarrollan de una forma parcial, por lo que la redacción actual de esta revisión intermedia no resulta aceptable, ni para nuestro país, ni para el resto de países ya miembros, ni para los de una Europa ampliada.



En segundo lugar hay que decir que la actuación del Gobierno español en esta materia ha sido nefasta. Cuando se pudo aprovechar la Presidencia de la UE para introducir propuestas en uno de los Consejos de Agricultura, nuestro Gobierno se dedicó a pasar una encuesta, sin manifestar una posición clara. Ahora, con la propuesta aprobada, le pide a las CC.AA. que le envíen propuestas. No nos parece de recibo que hasta ahora no se haya tenido voluntad para aplicar una modulación justa, mediante un debate público abierto, y cuando la Comisión la impone, decir que no es aceptable, sin plantear alternativas.

Respecto a los tramos de las ayudas a las que afectaría la modulación, el umbral de los 5.000 euros es muy bajo para iniciarla, y muy alto el límite de 300.000 euros por arriba. La reforma de algunas OCM, aún siendo necesaria, no parece proporcionada, y la vinculación de ayudas a la explotación y no a la producción se realiza sobre los datos actuales de las ayudas, lo que resulta tremendamente injusto porque precisamente no se comparte el reparto actual.

Y el aspecto que más nos preocupa. El que los fondos procedentes de la modulación vayan a Desarrollo Rural es algo que siempre hemos reivindicado, pero o ese acuerdo de modulación es pactado por todos, o el Desarrollo Rural seguirá con el lastre que nos supone un enfoque financiero dependiente de que se solucionen los problemas del primer pilar. Asimismo resultarían discutibles las medidas de Desarrollo Rural a que se van a destinar esos fondos. En definitiva mejora la situación actual, al destinarse más fondos, pero no acaba de decirse claramente cuál es el modelo de desarrollo que se quiere. Siguen siendo misterios que esperamos que pronto nos sean desvelados.

a modulación del 20%
de la PAC permitida por la
Comisión Europea
duplicaría el presupuesto
disponible actualmente en
el Reglamento de
Desarrollo Rural

1991-2000: luces y sombras de una década de desarrollo rural en Andalucía

M^a del Mar Delgado
Equipo de Desarrollo Rural
Universidad de Córdoba

Andalucía, desde la aprobación del Estatuto de Autonomía ha sido una Comunidad Autónoma ampliamente preocupada por los problemas de sus áreas rurales. En ello ha tenido una gran influencia el retraso relativo y el gran peso de estas zonas, tanto en población como en superficie, dentro de la región. Esta inquietud le ha llevado a aprovechar todas las oportunidades existentes, pero sobre todo a ser pionera en la puesta en marcha de algunas actuaciones de desarrollo rural.

A principios de los noventa, la necesidad de mejorar la calidad de vida y de garantizar la presencia de población en las áreas rurales, junto con el nuevo marco internacional existente llevaron a un cambio de paradigma, pasándose *del productivismo al ruralismo* (Ramos y Romero, 1994). La materialización de este cambio de enfoque se plasmó en la creación en 1992 de la Mesa de Concertación sobre el Desarrollo Rural Andaluz, que, como una de sus primeras actuaciones, decidió encargar a un grupo de expertos agrupados en torno a la Universidad de Córdoba la elaboración y redacción de un documento de reflexión sobre la situación y las perspectivas de futuro del mundo rural andaluz ¹.

Este documento fue presentado a la sociedad andaluza en marzo de 1993, iniciando de manera oficial el debate sobre el desarrollo rural en la región. El estudio se estructuró en dos partes, una primera de reflexión global y diagnóstico sobre los problemas de la agricultura y el mundo rural andaluz, en el marco del nuevo contexto internacional, y una segunda en la que se incluyó un análisis específico de los problemas existentes en cada una de las grandes áreas ho-

mogéneas en las que fue dividido el territorio andaluz y una propuesta de líneas de actuación. Con este planteamiento se pretendió consensuar un Plan Andaluz de Desarrollo Rural que resolviera los problemas del medio rural andaluz ².

No obstante, la situación política interna y el nuevo contexto externo (cuyo exponente más destacado fue la aprobación del Marco de Apoyo Comunitario 1994-99, que estableció una nueva forma en las relaciones contractuales con la UE), hicieron que el Plan no llegase nunca a cumplir el amplio objetivo con el que fue diseñado. Como aspecto positivo se puede destacar que el esfuerzo de reflexión generado dejó un poso a partir del cual se han puesto en marcha diferentes iniciativas de desarrollo rural en la Comunidad Autónoma andaluza, muchas de las cuales han sido pioneras y han posicionado a Andalucía dentro de las regiones más preocupadas por el desarrollo rural ³.

De esta actitud se derivó el que en LEADER I, a pesar de que las Comunidades Autónomas tenían un escaso margen de maniobra en cuanto a sus actuaciones (al ser el MAPA el Organismo Intermediario), la Junta de Andalucía y en concreto la Consejería de Agricultura adoptaran un papel de gran relevancia en la aplicación y seguimiento de la Iniciativa Comunitaria. En Andalucía se aprobaron nueve grupos en esta convocatoria (Tabla 1).

El arranque de LEADER I no fue fácil. El escaso plazo dado por la convocatoria para presentar los proyectos motivó que los que se presentaban fuesen elaborados sobre la base de otros proyectos existentes ⁴. Esto originó una escasa o nula participación de la

nivel político, se ha buscado que no haya grandes diferencias en cuanto a la gestión y forma de actuar de los grupos LEADER y PRODER, apostando más por un **modelo de desarrollo rural andaluz** que por las diferenciaciones burocrático-administrativas realmente existentes entre los dos programas

población y una composición y fórmula jurídica de los GAL dominada por el sector público y con una notable ausencia de los sectores privados ⁵. Además el hecho de que la mayoría de los GAL adoptasen la fórmula de sociedad mercantil ⁶ dificultó tanto la entrada de otros sectores como la posterior incorporación de nuevos socios privados (ante la negativa de apertura o la complejidad del proceso de ampliación de capital).

A la novedad de la iniciativa y a la falta de experiencia de los actores que la pusieron en marcha se unieron entre otros los siguientes problemas: a) la ambigüedad de la Comunicación a los Estados miembros; b) la falta de experiencia en gestión de este tipo de programas por parte de las restantes administraciones implicadas, que hizo que no existieran unas directrices de actuación claras; c) el escaso conocimiento de la iniciativa por parte de la población local, que motivó una muy escasa participación e implicación en el desarrollo de la misma o d) la indefinición en cuanto a la aportación financiera de las administraciones nacional, regional y local, que aunque venía recogida en los cuadros financieros en ningún caso había sido negociada con estas administraciones ⁷.

A pesar de las dificultades a las que se enfrentó la Iniciativa, es de destacar el apoyo que en todo momento recibió de la Junta de Andalucía. Así, a pesar de no tener responsabilidad en la gestión de LEADER, desde el principio arbitró una serie de mecanismos de colaboración con los gestores de la misma, como la creación de un órgano de coordinación (función asumida inicialmente por el IFA y después por el Servicio de Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura) o el



apoyo constante de los funcionarios de Agricultura al buen funcionamiento de la misma.

La aplicación de LEADER I, a pesar del poco tiempo con que contó, tuvo un notable grado de éxito. Su carácter de *laboratorio de experiencias in vivo* (Beltrán, 1994) permitió poner en marcha nuevas prácticas de desarrollo en las zonas más periféricas y, en ocasiones, marginadas de Andalucía. Los grupos LEADER andaluces pusieron en marcha más de 900 actuaciones en el territorio, movilizaron una parte considerable de financiación privada y crearon el germen para futuras actuaciones (AEIDL, 1994). La mayor parte del presupuesto se destinó a turismo rural, lo que tuvo como efecto negativo el que en muchas zonas se identificase desarrollo rural con turismo rural. No obstante, las actuaciones de LEADER consiguieron que despegara una oferta de turismo rural en la región que, a pesar de los esfuerzos puestos en marcha por las distintas administraciones, no había conseguido cuajar hasta entonces.

Andalucía también fue pionera, a nivel nacional, en la puesta en marcha de una red de grupos de desarrollo rural: ALA (Asociación LEADER de Andalucía). Posteriormente esta Asociación cambió su nombre por el de ARA (Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía), para así poder acoger en su seno a aquellos grupos de desarrollo rural que no eran LEADER.

Aunque hubo muchos problemas ⁸ en la aplicación de LEADER I se considera que la iniciativa consiguió, entre otros, los siguientes logros: a) un cambio radical en la actitud de las administraciones ante los problemas de las zonas más deprimidas; b) una apuesta

por lo rural y por la puesta en marcha de estrategias articuladas en torno a la conservación y valorización conjuntas de los recursos naturales (frente a la actitud predominante hasta el momento de que los Espacios Naturales Protegidos debían ser 'protegidos' de la acción del hombre); c) una demostración de que las zonas rurales tenían posibilidades y de que el interés demostrado por las administraciones en estas zonas podía traducirse en una mejora de las condiciones de vida y de empleo; d) una puesta en marcha de acciones innovadoras que contribuyeron a la dinamización económica y social; e) una apuesta por la calidad; f) una mayor creación de equipamientos e infraestructuras en estas zonas y g) la movilización de un considerable volumen de recursos financieros (casi se doblaron las previsiones iniciales) que no sólo fueron privados, sino que además en su mayoría fueron endógenos.

La Comunicación a los Estados miembros de LEADER II constituyó una oportunidad excelente de aplicar en la práctica los objetivos que se habían elaborado para el PDRA y no habían sido aplicados por falta de recursos. En esta edición, las Comunidades Autónomas actuaron como Organismos Intermediarios frente a la Comisión Europea elaborando y presentando un Programa Regional con el diagnóstico, los objetivos y los criterios de selección de zonas necesarios para poner en marcha los Programas.

La aplicación de LEADER II en Andalucía vino regulada por la Orden de 15 de julio de 1994 (BOJA nº 111 de 20 de julio de 1994). A la convocatoria se presentaron cincuenta y un proyectos de los cuáles fueron seleccionados veintidós grupos ⁹ (Tabla 2) mediante

Tabla 1: Relación de los Grupos LEADER I aprobados en Andalucía

G.A.L.	Provincia
Alpujarra	Granada-Almería
Sierra de Cádiz	Cádiz
Axarquía interior	Málaga
La Loma	Jaén
Cuenca del Río Tinto	Huelva
Serranía de Ronda	Málaga
Sierra Norte de Sevilla	Sevilla
Sierra Sur de Sevilla	Sevilla
Sierra Subbéticas	Córdoba

Fuente: AEIDL, 1994.

Tabla 2: Relación de los Grupos LEADER II aprobados en Andalucía

G.A.L.	Provincia
Los Vélez	Almería
Alpujarras	Granada-Almería
Sierra de Cádiz	Cádiz
Los Alcornocales	Cádiz
Sierra Morena Cordobesa	Córdoba
Los Pedroches	Córdoba
Guadiato	Córdoba
Noroeste de Granada	Granada
Guadix	Granada
Poniente Granadino	Granada
Aracena y Picos de Aroche	Huelva
Andévalo	Huelva
Río Tinto-Cuenca Minera	Huelva
Sierra Mágina	Jaén
Sierra de Segura	Jaén
El Condado	Jaén
Axarquía	Málaga
Sierra de las Nieves	Málaga
Serranía de Ronda	Málaga
Sierra Norte de Sevilla	Sevilla
Estepa-Sierra Sur	Sevilla
Corredor de la Plata	Sevilla

Fuente: Florencio, 1999 (fuente inicial, Junta de Andalucía).

Tabla 3: Relación de los Grupos PRODER aprobados en Andalucía

G.A.L.	Provincia
Almanzora	Almería
Filabres-Alhamilla	Almería
Levante Almeriense	Almería
Janda Litoral	Cádiz
Zona Rural Jerez	Cádiz
Guadajoz-Campiña Este	Córdoba
Valle Medio Guadalquivir	Córdoba
Campiña Sur	Córdoba
Subbética	Córdoba
Los Montes de Granada	Granada
Valle de Lecrín-Temple	Granada
La Vega-Sierra Elvira	Granada
Costa Occidental	Huelva
El Condado	Huelva
Sierra Sur	Jaén
Alto Guadalquivir	Jaén
Campiña Norte	Jaén
La Loma-Las Villas	Jaén
Comarca de Antequera	Málaga
Guadalteba	Málaga
Comarca Nororiental	Málaga
Valle del Guadalhorce	Málaga
Campiña-Alcores	Sevilla
Serranía Suroeste	Sevilla
Gran Vega	Sevilla
Aljarafe-Doñana	Sevilla
Bajo Guadalquivir	Sevilla

Fuente: Florencio, 1999 (fuente inicial, Junta de Andalucía).

NOTAS

1. Bases para un Plan de Desarrollo Rural Andaluz. Junta de Andalucía, 1993. Coords: Eduardo Ramos y José Juan Romero.
2. Plan de Desarrollo Rural 1994-1999, aprobado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía en su reunión del 15 de marzo de 1994.
3. Algunas de estas iniciativas han sido: en el ámbito académico, la puesta en marcha en 1995 de la primera Titulación Superior en Desarrollo Rural existente en España, en la Universidad de Córdoba. En el ámbito político la Junta de Andalucía ha convocado ayudas públicas al desarrollo rural con el objetivo de cumplir los compromisos regionales de pago o de evitar la interrupción en el funcionamiento de los GDR ante los retrasos producidos en el cambio de uno a otro período de programación. Además en 1999 firmó un *Compromiso por el mundo rural de Andalucía*, con la patronal y los sindicatos, cuyo objetivo fue 'establecer las bases y los cauces para el trabajo conjunto por el desarrollo del mundo rural andaluz'.
4. En general se utilizaron los proyectos realizados para la declaración como Espacio Natural Protegido.
5. Frente a las críticas derivadas de este hecho, Florencio (1999) pone de manifiesto dos realidades existentes en Andalucía en ese momento: 1) la escasa tradición de funcionamiento democrático de los municipios (apenas doce años) que dificultó el acceso a los órganos de decisión de la sociedad civil y 2) el rechazo por parte de las distintas administraciones a que se realizase una gestión de fondos públicos por parte de entidades privadas. Para atenuar esta segunda situación, el control de los órganos de decisión se concentró en los agentes institucionales.
6. Condición impuesta por el Instituto de Fomento de Andalucía (IFA) para entrar a formar parte del GAL.
7. Esta situación fue resuelta por la Junta de Andalucía posteriormente mediante la firma en 1993 de un *Convenio Marco de Cooperación entre la Junta de Andalucía y los CEDER beneficiarios de LEADER I* en esta Comunidad.
8. Entre ellos se pueden destacar, la ya comentada ausencia de participación de la población local, la escasa distribución territorial de las actuaciones o la concentración de los recursos económicos en pocos proyectos.
9. De ellos, 13 pasaron por la fase de Adquisición de Capacidades y los 9 restantes pasaron directamente al Programa de Innovación Rural.
10. El 89% del territorio andaluz está acogido a una de estas dos iniciativas, y el número de GAL existente representa casi el 25% del total nacional.
11. Quizás donde estas diferencias se han hecho más patentes ha sido en el acceso de los grupos LEADER a la cooperación transnacional. Esta posibilidad, muy bien valorada por muchos de los grupos LEADER, ha sido imposible de incluir en PRODER dadas sus características de Programa Operativo.
12. Programa Operativo Integrado de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que se integra en el Marco Comunitario de Apoyo para las intervenciones estructurales en las regiones españolas del Objetivo 1 del período 2000-2006 (Junta de Andalucía, 2001). Este programa fue aprobado por Decisión de la Comisión C(2000) 3965 de 29 de diciembre.
13. Las medidas financiadas por ambos programas pueden ser diferentes y vienen cofinanciadas por fondos diferentes, que en cada caso tienen unos procedimientos administrativos y de fiscalización distintos. Además, la filosofía subyacente en LEADER+ de articular toda la estrategia en torno a un eje temático no es imprescindible en PRODER, por lo que puede haber heterogeneidad en la forma de abordar ambos programas. A todo esto se le puede añadir que el porcentaje del total que se puede destinar a cada medida no es el mismo (aunque la medida en sí sea la misma).

la Orden de 4 de octubre de 1995 (BOJA nº 134 de 21 de octubre de 1995). Esto supuso un notable aumento con respecto a LEADER I, pero también que muchas zonas quedaran fuera de la iniciativa.

Las expectativas despertadas en las zonas rurales por la segunda edición de LEADER y el ya comentado notable número de solicitudes que se presentaron en Andalucía a la iniciativa y que no pudieron ser aprobadas, hicieron que el lanzamiento de PRODER fuese acogido muy favorablemente en esta Comunidad. La aplicación de este programa fue regulada por la Orden de 12 de julio de 1996 (BOJA nº 84 de 23 de julio). A la convocatoria se presentaron treinta y cuatro candidaturas y finalmente fueron aprobados veintisiete grupos PRODER, como se recoge en la Tabla 3.

En general se puede afirmar que la puesta en marcha de LEADER II y PRODER ha supuesto para Andalucía la oportunidad de articular todo su territorio en torno a estrategias de desarrollo rural. Así, la política seguida ha buscado el incluir en ellas el mayor número de territorios posible¹⁰, aun en detrimento de la disponibilidad de recursos financieros en los mismos. Como aspecto positivo de esta actitud se puede destacar la importancia de contar con estructuras de interlocución en todas las comarcas y de permitir en todas ellas que la población se implique en su desarrollo y en el diseño de su futuro. Sin embargo, esta política de reparto indiscriminado ha penalizado a los grupos que han realizado una buena dinamización social y a partir de ahí un diagnóstico y un proyecto de actuación consensuado de su comarca, y ha permitido el acceso a LEADER o PRODER de zonas que han realizado esfuerzos menores.

A nivel político, se ha buscado que no haya grandes diferencias en cuanto a la gestión y forma de actuar de los grupos LEADER y PRODER, apostando más por un *modelo de desarrollo rural andaluz* que por las diferenciaciones burocrático-administrativas realmente existentes entre los dos programas¹¹.

Aunque, inicialmente, la Junta de Andalucía en su discurso no haya discriminado entre zonas LEADER y PRODER y las haya considerado a todas como comarcas con problemáticas similares, un análisis de mayor detalle pone de manifiesto diferencias muy significativas entre ellas. En primer lugar destaca que la situación de partida de ambos tipos de comarcas es muy diferente. El nivel de desarrollo territorial de las zonas LEADER es menor que el de las zonas PRODER y el nivel de actividad económica medio de las zonas PRODER también es superior al de las zonas LEADER. Además las zonas LEADER están considerablemente más despobladas (su densidad de población media es de 28 hab/km² frente a 66 hab/km² de PRODER). Esto permite concluir que las zonas acogidas a la IC LEADER presentan un grado de depresión socioeconómica superior al existente en las zonas PRODER.

Otro aspecto diferencial puede verse en el hecho de que en las zonas PRODER el grado de uniformidad u homogeneidad comarcal es muy inferior al existente en las comarcas LEADER. Existen grupos que ni siquiera tienen una continuidad física u otros en los que se han unido dos comarcas con características diferentes. Este hecho está acarreado consecuencias negativas en algunos de estos grupos, ya que uno de los objetivos que persiguen los programas de desarrollo rural es definir territorios estables con características homogéneas tanto desde el punto de vista de los recursos que contienen como en relación con un modo de vida o una cultura y tradiciones comunes. Sólo de esta manera se podrá fortalecer la cohesión territorial y la identidad del territorio y definir unos ámbitos de actuación coherentes.

Las diferencias entre ambos programas también se han visto reflejadas en sus cuadros financieros, significativamente inferiores en PRODER. La media de inversión aprobada en LEADER es de 9.041,5 meuros, mientras que la de PRODER es de 5.849 meuros. En este hecho ha influido el que la dotación presupuestaria destinada a este último programa haya debido de ser repartida entre un

BIBLIOGRAFÍA

- AEIDL (1994): *Directory of the 217 Local Action Groups*. Bruselas.
- BELTRAN, C. (1994): El Desarrollo Rural y la Iniciativa Comunitaria LEADER en España. *Papeles de Economía*, 60-61, 226-228.
- FLORENCIO, A. (1999): *Antecedentes y actualidad del desarrollo rural. Estudio de casos*. Trabajo Profesional Fin de Carrera. Universidad de Córdoba.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (1993): *Bases para un Plan de Desarrollo Rural Andaluz*. Coords: E. Ramos y J.J. Romero. Junta de Andalucía. Sevilla.
- RAMOS, E. y ROMERO, J.J. (1994): *Del 'productivismo' al 'ruralismo'*. *Revista de Estudios Agrosociales*, 169, 175-212.

número de grupos bastante superior al inicialmente previsto.

A las anteriores diferencias hay que añadir la distribución financiera por medidas asignada a los distintos grupos PRODER. La Junta de Andalucía, al hacer el reparto de fondos, no ha tenido en cuenta las peticiones expresadas por los grupos en sus proyectos y ha distribuido los recursos entre las distintas medidas, trasladando la distribución proporcional del cuadro financiero regional al cuadro de cada uno de los grupos. De esta manera, para cada grupo fue aprobado un cuadro financiero en el que tanto el porcentaje de inversión pública y privada como el porcentaje destinado a cada una de las medidas son un fiel reflejo del que existe en el cuadro financiero de Andalucía.

Esta decisión ha ocasionado numerosos problemas ya que no todas las zonas poseen los mismos tipos de recursos ni su población está dispuesta a hacer el mismo uso de ellos. Ante las incongruencias derivadas de esta actitud y otros conflictos como la dificultad de conseguir cofinanciación en las medidas financiadas con FEDER, los grupos solicitaron una reprogramación de sus cuadros financieros. Esta solicitud fue aceptada en junio de 1998. Sin embargo, las estrictas pautas que se establecieron para cambiar fondos de partidas y los retrasos de la Junta en aprobar los cambios (no se aprobaron hasta junio de 1999, cerrándose el plazo de admisión de proyectos el día 30 de ese mismo mes) hicieron inefectivo el cambio y obligaron a los grupos a una aceptación y aprobación de proyectos forzadas y poco acordes, en muchos casos, con las necesidades reales de la comarca.

Otros problemas derivados de la aplicación de estos programas han sido: a) el escaso tiempo de funcionamiento de los grupos, sobre todo en PRODER, que en algunos casos no ha llegado ni a los dos años; b) los retrasos en la percepción de los fondos; c) las dificultades de cofinanciación o d) la falta de un criterio uniforme en cuanto a la elegibilidad, que ha originado, en ocasiones, que estos criterios sean diferentes entre provincias.

En cuanto a los logros conseguidos por LEADER II y PRODER, se puede afirmar que estos programas han conseguido que en



la actualidad haya una percepción diferente de una parte significativa de la sociedad rural con respecto a las zonas en las que viven, con respecto a los recursos existentes en las mismas y con respecto a su futuro. La mayor implicación de la población, la transferencia de capacidad de decisión y la posibilidad de gestionar programas de desarrollo a la medida del territorio, están en el origen de estos cambios.

Además, la aceptación de la población se hace patente en la apuesta por su propio futuro a través de la movilización del ahorro local y en la aportación de las administraciones locales, que han conseguido no sólo una valorización de recursos endógenos, hasta ahora ociosos, sino que en la mayoría de los grupos se ha superado la financiación inicialmente prevista por la Administración.

Este posicionamiento de la sociedad local es un claro refrendo a los principios de estos programas y a su forma de actuación, y una clara indicación a las Administraciones intermedias de que la iniciativa privada es capaz de complementar a la iniciativa pública e incluso de suplirla, en aquellos casos en los que esta última no ha respondido a las demandas manifestadas por la población.

Este cambio de actitud y esta aceptación de los programas de desarrollo rural son tan patentes en algunas zonas, que incluso están produciendo un efecto superior al esperado, creando expectativas que pudieran no ser fáciles de cumplir. No conviene olvidar que la dotación financiera de estos programas es bastante reducida si se compara con otro tipo de actuaciones. La población local, en muchas ocasiones, no es consciente de las limitaciones de estos programas, y acuden a ellos pensando que son la panacea a los problemas de su zona. Las limitaciones de los programas y su imposibilidad para abordar determinadas competencias pueden restarles credibilidad y crear desconfianzas en la población, con lo que los efectos del programa podrían llegar a ser contrarios a los pretendidos.

Otras políticas a las que la Junta de Andalucía está prestando gran atención se

fieren a la incorporación de las perspectivas de género y juventud en las actuaciones de desarrollo rural. El origen de las mismas está en las bases del *Plan de Modernización de la Agricultura Andaluza* y en concreto en la necesidad de establecer mecanismos que faciliten la renovación de actores y su incorporación como protagonistas de pleno derecho a la actividad agraria y a la vida económica, política, social y cultural del mundo rural. Así, desde 1999 se han realizado diferentes actuaciones para incorporar a las mujeres y a la juventud, como la convocatoria de ayudas específicas; la realización de jornadas, foros y seminarios; la publicación de textos y documentos o la creación de un sitio web específico para estos temas.

Con respecto a las actuaciones previstas para el actual periodo de programación 2000-2006, la Junta de Andalucía pretende continuar la estrategia de profundización en la articulación y desarrollo del medio rural andaluz, a través de LEADER+ y de PRODER-A. Este último programa es considerado como uno de los ejes estratégicos prioritarios de este periodo de programación. Ha sido incluido dentro del Programa Operativo Integrado de Andalucía¹² (POIA) y sus actuaciones se enmarcan en las del artículo 33 del Reglamento 1257/99. La financiación de esta Medida va a estar a cargo del FEOGA-O, aunque algunas actuaciones más marginales podrán ser financiadas por FEDER.

La propuesta de Andalucía para este periodo es que los 50 grupos de desarrollo rural existentes se mantengan y que dispongan de una financiación pública por habitante similar. Para ello se han seleccionado veintidós grupos dentro de LEADER+, y el resto de los grupos son PRODER-A. En el momento de finalizar este artículo se conocen ya los grupos seleccionados dentro de LEADER+, aunque aún no han sido publicados en el BOJA y por tanto no han empezado a funcionar.

Como novedad se plantea el que los grupos LEADER pueden ser también grupos PRODER, de manera que la dotación financiera aprobada para los grupos LEADER será complementada con presupuesto proveniente de PRODER-A. Aunque esta última financiación estará destinada a subvencionar medidas diferentes a las financiadas por LEADER. Esta forma de proceder aún no ha sido implantada, aunque ya se vislumbran dificultades tanto en su gestión como en su fiscalización¹³.

Vicente Forteza del Rey

Director General de Desarrollo Rural

del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

“Ahora lo que se reivindica es la retribución de los bienes públicos que se generan con la actividad agraria”

Desde que la Comisión publicó durante la etapa Delors el documento *El futuro del mundo rural (1988)* hasta ahora, ¿los cambios en el paisaje rural español han sido los previstos?

La Comunicación ‘Llevar a buen término el Acta Única Europea: una nueva frontera para Europa’, presentada por la Comisión y denominada Plan Delors, recogía aspectos sobre el futuro del mundo rural, y supuso aplicar un mayor realismo económico en los programas comunitarios, establecer una mayor coherencia con las políticas nacionales y presentar un margen de actuación más amplio en las medidas descentralizadas.

Las consecuentes reformas de los Fondos estructurales comunitarios de 1988 y en especial la reforma de 1992 supusieron la concentración de las intervenciones europeas en cinco objetivos prioritarios, de los cuales el objetivo 1 se orientó a fomentar el desarrollo y ajuste de las regiones menos desarrolladas y el objetivo 5 a adaptar las estructuras agrarias y a fomentar el desarrollo de las zonas rurales.

La mayor parte del territorio español quedó cubierto por estos dos objetivos, lo que se ha reflejado en una disminución de las disparidades con la media del territorio de la Unión Europea, ya que el Producto Interior Bruto de España ha pasado de representar el 72,8 por ciento de la media europea en 1988 al 82,5% en 1998.

En el paisaje rural, como usted lo llama, o más propiamente, en el mundo rural, los cambios producidos han sido ciertamente importantes, tanto en lo que se refiere a la evolución de los apoyos a la actividad agraria, con el consiguiente reflejo en el bie-

nestar de la población rural, como en lo que se refiere a la estructura de las explotaciones agrarias y censos ganaderos, a la evolución del sector industrial ligado al sector agrario y a la actividad comercial de productos alimentarios. Estos cambios en muchos casos han superado las previsiones.

¿Qué opinión le merece la nueva reforma de la PAC planteada por la Comisión Europea?

El planteamiento de reforma de la PAC realizado por la Comisión presenta muchos aspectos básicos no aceptables ni para la agricultura ni para el funcionamiento ordenado del sistema agroalimentario español, que debe orientarse a un fin tan importante como es el de garantizar el abastecimiento, en cantidad y calidad, de la alimentación que toda la población española necesita, todos los días y casi en cualquier punto de nuestra geografía.

El tiempo ha demostrado que esa orientación, utilizando apoyo público, es necesaria dadas las diferentes características de las actividades implicadas (agricultura, industria, comercio) y el diferente grado de organización y de peso económico de los

agentes implicados en el funcionamiento del sistema agroalimentario. Desgraciadamente los instrumentos de orientación de este tipo desaparecen de la propuesta y los que vienen a sustituirlos se aplicarían sin tener en consideración las diferentes condiciones de las agriculturas europeas. Todos estos hechos requieren un debate en el que España se está mostrando beligerante, con razón.

Ampliación y reforma de la PAC ¿van inevitablemente de la mano? ¿En qué medida la segunda es consecuencia de la primera?

No van de la mano, aunque todo tiene su reflejo sobre las disponibilidades presupuestarias. En todo caso, no cabe pensar que la segunda sea consecuencia directa de la primera. La Unión Europea se enfrenta a retos diversos, no solo a la ampliación. En concreto, los compromisos derivados del análisis de los sistemas de apoyo a la agricultura, de todos los países que forman parte de la Organización Mundial de Comercio, tienen mucho que ver con la propuesta de reforma, como viene poniendo de manifiesto estos días el comisario Fischler.



alimentación de los ciudadanos pueden y deben funcionar con menos apoyo público y, en todo caso, orientados casi exclusivamente a la calidad de la producción. Frente a esta idea estarían los países que consideran que la orientación pública del sistema que permite alimentarnos cada día debe referirse a la cantidad y a la calidad de la producción y que los recursos para esa orientación deben ser los necesarios para que los sistemas nacionales puedan satisfacer las exigencias de sus ciudadanos, respecto de hábitos alimentarios consolidados a lo largo de la historia. El asunto tiene más alcance de lo que parece porque, sin ser tremendista, ni menospreciar el aspecto puramente económico del negocio de la alimentación, hay que pensar en la seguridad alimentaria, en cantidad y calidad, como un componente imprescindible de la salud individual de los ciudadanos y como un componente esencial de la cohesión de nuestras sociedades, al facilitar la convivencia; algo que no se valora suficientemente pero que, si se quiere tener, no habrá más remedio que sufragarlo.

¿La reforma de la PAC propuesta por Fischler persigue fines como la seguridad alimentaria y la protección medioambiental o su objetivo prioritario es la progresiva liberalización de la agricultura?

La propuesta contiene elementos de ambas clases y ambos pueden ser estimulantes para la evolución de las agriculturas europeas. Lo que hace falta ver y discutir son las dosis en que se aplican esos elementos para que los sistemas alimentarios que reciben su impacto, que es tanto como decir las poblaciones y los territorios en que estos se asientan, los puedan absorber sin que generen más problemas que los que se tratan de resolver.

¿Es posible que los problemas de la agricultura encuentren una solución en los valores añadidos que propugna el desarrollo rural? Es verdad que la agricultura tiene problemas, pero quien verdaderamente los tiene

nuestra sociedad, tan volcada hacia el mantenimiento de los valores culturales y paisajísticos, y hacia todo lo rural, no tiene más remedio que asumir el papel del agricultor como constructor y sostenedor de esos valores, y si quiere disfrutar de ellos tendrá que retribuirle”

Otra cosa es que la propuesta sea acertada en su integridad.

¿Podría resumir las razones que esgrimen los países partidarios de una drástica reducción del presupuesto agrícola y de una profunda reforma de la PAC, y las que contraponen los demás, entre ellos España?

Como sabe, los debates han dado comienzo muy recientemente por lo que aún no es posible conocer la opinión completa de cada Estado miembro. Por otra parte la propuesta de la Comisión es muy amplia; incluso cabe decir que sobrepasa lo inicialmente previsto. No obstante, da la sensación de que los partidarios de la reforma estarían por considerar que los sistemas agroalimentarios que operan en los diferentes países de Europa para garantizar la

es la sociedad, que no puede vivir sin ella. Pero ciñéndome a su pregunta, efectivamente el fomento del desarrollo rural, en su concepción actual y futura, a juzgar por los contenidos de la propuesta, tiene como propósito fundamental permitir que el medio rural se mantenga económicamente vivo merced a la actividad agraria, pero también a otras actividades capaces de dar empleo y generar rentas complementarias a las procedentes de la agricultura, ayudando así a que aquella se mantenga, pues es necesaria.

En otras palabras, lo que se está propugnando es que, además del valor que supone suministrar alimentos a la sociedad, lo que no es poco, el mundo rural muestre los otros muchos valores que encierra y los rentabilice, pero siempre sin perder de vista que nuestra sociedad, que tantas cosas necesita, lo primero que precisa es alimentación, en cuya base, hoy por hoy, está la agricultura.

¿El enfoque multifuncional tiene visos de prosperar?

En mi opinión sí porque se trata de un enfoque muy fundamentado. No es la imagen más habitual del agricultor, pero un buen agricultor de los que en España hay a miles, ha tenido que saber de muchas cosas para ejercer su actividad con profesionalidad y mantenerse en condiciones de competir en unos mercados cada vez más exigentes.

En este sentido ha sido multifuncional, ha hecho de todo, dentro de su explotación, lo que se le ha retribuido a través del precio de los productos que programa, cultiva, cosecha y vende. Ahora lo que se reivindica es la retribución de los bienes públicos que se generan con la actividad agraria, de los que no es el menor la garantía de abastecimiento de alimentos a la población, que la sociedad disfruta pero no los recompensa. Nuestra sociedad, tan volcada hacia el mantenimiento de los valores culturales y paisajísticos y, en general, hacia todo lo rural, no tiene más remedio que asumir el papel del agricultor como constructor y sostenedor de esos valores y si quiere disfrutar de ellos tendrá que retribuirle.

¿Los agricultores españoles están preparados, entonces, para desempeñar actividades rurales no agrícolas?

Los agricultores españoles han dado muestras, a lo largo de nuestra reciente historia, de una capacidad de adaptación a las demandas de la sociedad que, por cierto, casi nadie les reconoce. La imagen que se tiene

de ellos es la de gente apegada a sus formas de hacer y vivir, casi inmutables. Sin embargo, basta con recapacitar un poco para ver la auténtica revolución que se ha producido en el campo en los últimos 50 años, y eso ha sido labor de los agricultores; es verdad que apoyados por la sociedad, pero el protagonismo ha sido y está siendo suyo.

Ahora sucederá otro tanto, siempre que dispongan, como van a disponer, de los medios necesarios para ejercer esas nuevas actividades. En este sentido, las acciones actuales a favor de la mejora de las infraestructuras, de los equipamientos y de los servicios de las zonas rurales, así como las medidas de instalación, de adaptación profesional y de formación orientadas fundamentalmente a los jóvenes y a las mujeres, permiten compensar la reducción del empleo agrario con el aumento de la actividad en otros sectores.

En la reciente Jornada temática del Libro Blanco sobre la Agricultura y el Desarrollo Rural referida al Mundo Rural, celebrada el 23 de mayo, se ha puesto de manifiesto cómo los agricultores españoles, y sus familias, participan activamente en el desarrollo rural —generado en base a la actividad agraria— cuando las políticas integradas que actúan en el mundo rural permiten fomentar la creación de PYMES, en particular pequeñas industrias agroalimentarias y artesanales, la promoción de productos de calidad del territorio o la creación de redes de turismo rural.

Todo ello contribuye a compensar la pérdida de empleo agrario con la creación de empleo en otros sectores, y ha podido contribuir al hecho de que actualmente no se pierda población rural en España, como venía sucediendo desde hace muchos años.

¿Introduciría algún cambio en el organigrama de desarrollo rural en España: Administración, redes, grupos?

Desde el punto de vista organizativo no creo que fuera necesario introducir cambios que, por otra parte, no estarían en mi mano. Si acaso lo que nos cabe, a quienes de uno u otro modo formamos parte de la organización que administra el fomento del desarrollo rural en España, es mejorar nuestros sistemas de coordinación, de colaboración y cooperación.

Hay mucho trabajo por hacer y somos bastantes los implicados en la labor, cada uno en su ámbito, pero será tanto más fácil abordarla cuanto más se coopere, cuanto más se aúnen esfuerzos, cuanto menor sea

la dispersión. En este sentido, sí me gustaría avanzar y trataré de hacerlo porque estoy seguro de que será para bien.

En las grandes ciudades, parece que la gente en general no conoce los beneficios que le proporcionan los trabajos del campo. ¿Por qué no se les explica? ¿Cómo se convence a la sociedad de que es preciso desti-

Si la sociedad necesita de la agricultura para garantizarse la seguridad que quiere y es razonable tener, y la agricultura es poco atractiva como negocio, no cabe otra cosa que apoyarla con recursos de la sociedad, con recursos públicos"



nar presupuestos elevados para la población agraria?

Creo haber respondido en parte esta cuestión, aunque no renuncio a seguir tratando de ella. El problema del desconocimiento de los beneficios que proporcionan los trabajos del campo, que usted sugiere, tiene su base en que los productos del campo no han dejado de acudir a la cita diaria de



da la sensación de que los partidarios de la reforma de la PAC considerarían que los sistemas agroalimentarios que operan en Europa para garantizar la alimentación pueden y deben funcionar con menos apoyo público y orientados casi en exclusiva a la calidad de la producción”

las mesas españolas desde hace casi 40 años. Esto, evidentemente, es una buena noticia, pero como usted también sabe, por eso mismo no es noticia y, en eso todos tenemos nuestra parte de responsabilidad; los medios de comunicación también.

En cuanto a cómo convencer a la sociedad de la necesidad de destinar dinero a la agricultura aun cuando puede haber muchos puntos de vista, se puede argumentar diciendo que la nuestra es una sociedad del bienestar porque satisface muchas necesidades (de alimentación, salud, educación, energía, transportes, comunicaciones, ocio, recreo, entre otras). Creo que hay que citar a la alimentación, en primer lugar, porque, sin ella, todo lo demás sobra. Pues bien, garantizar la cobertura de esas necesidades da seguridad y confianza en el futuro, al conjunto de la sociedad y a sus individuos. La sociedad ha elegido tener seguridad alimentaria, en cantidad y calidad, y la base de esa seguridad está en la agricultura. Pero la agricultura es un negocio de alto riesgo y baja remuneración y, por tanto, menos atractivo respecto a otros posibles, por lo que la iniciativa privada no acude a él, como lo hace a otros. Sin apoyos, la actividad agraria podría abandonarse y el abandono de lo agrario repercutiría en todo el sistema agroalimentario (particularmente, en el sector industrial), que se debilitaría. Si la sociedad necesita de la agricultura para garantizarse la seguridad que quiere y es razonable tener, y la agricultura es poco atractiva como negocio, no cabe otra cosa que apoyarla con recursos de la sociedad, con recursos públicos, como por otra parte es habitual en sociedades como las nuestras, como por ejemplo Estados Unidos, Canadá o Japón.

Ya sé que este planteamiento es discutible y que caben otras alternativas, pero es importante tener en cuenta lo que hacen quienes se enfrentan a problemas semejantes a los nuestros.

La política de comunicación de la Administración central en relación con el desarrollo rural parece poco ambiciosa. En los pueblos todavía hay mucha gente que ni siquiera conoce los programas de desarrollo. ¿El Gobierno no consideraría prioritario el desarrollo rural en España?

No lo veo yo así. Como usted sabe bien, en comunicación, como en otros órdenes de la vida, no se acaba nunca, por lo que el hecho de que haya gente que no conozca la existencia de los programas de desarrollo, a la que alude, resulta estimulante para

hacer llegar a todo el mundo el mensaje de las posibilidades que ofrece el desarrollo rural, pero no debe tomarse como un indicador de la política de comunicación de la Administración General del Estado y de las Administraciones autonómicas.

En cuanto a la consideración del Gobierno sobre el desarrollo rural en España, no le quepa duda de que es de máxima prioridad. Se está apostando fuertemente por estas iniciativas y buena prueba de ello es que el gasto público total previsto para el desarrollo rural, en el período 2000-2006, alcanza la cifra de 14.074 millones de euros, que equivalen a 2,3 billones de pesetas.

Hay quién piensa que los programas LEADER o PRODER son parches y no cimientos. ¿Qué argumentos puede ofrecer en su defensa?

Muchos, pero para no extenderme demasiado diré que se trata de programas que sirven para dar confianza al trabajo en grupo, tan necesario en nuestra sociedad; para apoyar iniciativas que surgen del propio ámbito local, con lo que eso supone para la autoestima de los proponentes; para trabajar por el futuro de nuestros pueblos, que siguen teniendo tanto que enseñar a las ciudades en cuanto a forma y modo de vivir... Y todo esto, trabajando en permanente conexión, unos grupos con otros, intercambiando información continuamente, aprendiendo sin parar... Si esto no son cimientos de una nueva forma de entender el trabajo en común por una causa noble, que venga Dios y lo vea.

Es evidente que a veces las luchas políticas pueden entorpecer la gestión, también en materia de desarrollo rural. ¿Realmente son inevitables?

Lo de lucha lo quiero entender en el tono coloquial en el que hablamos, pero no creo que sea para tanto. Lo que sí hay, son puntos de vista diferentes sobre las cosas y eso se deja traslucir en cualquier aspecto de la vida colectiva y también en lo que se refiere a la política de desarrollo rural. Pero eso no debe entorpecer la gestión, sino al contrario, enriquecerla en la medida en que la incorporación de visiones distintas den lugar a soluciones más completas de los problemas que se tratan de resolver.

En definitiva, se trata de sumar y no restar. Si se mira así, las luchas de las que hablamos son positivas, por lo que no habría que evitarlas, aunque sí conducir las.

J. M. S. R.

La artesanía rural y sus razones

Francisco Luque-Romero Albornoz
José Cobos Ruiz de Adana
Antropólogos

El concepto de artesanía es complejo y polisémico, y se aplica indistintamente a múltiples productos, así como a una gran variedad de procesos de fabricación que no han sido afectados por la mecanización. Sin duda, la característica comúnmente admitida como básica y diferenciadora en la producción artesana es su manualidad. El sello de “hecho a mano” es, pues, la garantía comercial del valor artesanal de un objeto.

Hasta la revolución industrial los oficios artesanos fueron los encargados de surtir a la sociedad de todos los productos necesarios para su supervivencia. Hoy en día ya no son necesarios, aunque nos encontramos con que los medios de comunicación, la publicidad, o bien los nuevos mercados, apuestan por lo artesanal como un valor en alza. Así, es fácil encontrar en las heladerías, panaderías, herrerías, etcétera, el concepto de artesano con el fin de marcar y establecer diferencias entre sus productos y aquellos otros fabricados industrialmente o en serie. Por tanto, estamos en unos momentos de revalorización de lo ‘artesano’.

Parece obvio que en algunos casos lo artesano es tan sólo un cebo comercial, sin duda propiciado por la moda; en otros se asocia con *hobbies* y puro esnobismo y, en no pocas ocasiones, representa la reacción a la propia sensación de insuficiencia e insatisfacción que la evolución industrial y las nuevas tecnologías producen en la sociedad. Es evidente, pues, que existe añoranza de artesanía, puesto que ésta representa en nuestra sociedad el equilibrio entre un desarrollo tecnológico desorbitado, que muchos de nosotros no alcanzamos ni tan siquiera a comprender, y una deseada y

La artesanía hace tiempo que perdió su lugar en el mundo rural, devorada por los productos industriales provenientes de las ciudades. Pero con una nueva función estética, lejos de los fines utilitarios del pasado, cuenta hoy con una oportunidad de recuperar terreno. En este artículo se ofrece un análisis de lo que ha representado y puede representar esta forma de producción en el futuro.

utópica calidad de vida. Se busca en los objetos artesanos una exclusividad personalizadora frente a la uniformidad y masificación moderna, así como una vuelta a un modelo de sociedad cuyo sistema de producción haga al hombre más dueño de todo lo que le rodea.

A lo largo de la pasada centuria surgieron movimientos cíclicos de recuperación y valoración de formas de vida más naturales, reivindicándose con ello una vuelta al campo, el retorno a los trabajos manuales y, también, a un mayor equilibrio ecológico. Con anterioridad, en el siglo XIX, los artesanos y su trabajo manual pasaron, no pocas veces, a convertirse en objeto de preocupaciones románticas. De ahí que los primeros folcloristas, atentos a las producciones del pueblo y sensibilizados ante su posible desaparición, se esforzaran por recoger sus saberes.

Consideramos que habría que acercarse al papel que juegan las artesanías dentro de los mecanismos culturales de nuestra sociedad, así como a la función que desempeñan económicamente y tratar de averiguar lo que les depara el futuro. En este sentido nos encontramos con que la sociedad, con el paso de los años, ha ido diferenciando dos conceptos que nos pueden parecer, a primera vista, similares. Por un lado, se pueden distinguir los oficios artesanos y las artesanías rurales, que son los mantenedores de técnicas y productos tradicionales, restos de necesidades rurales que tienden a desaparecer; y, por otro, el concepto amplio de artesanías, que englobaría todas aquellas piezas de elaboración manual que están destinadas, casi exclusi-

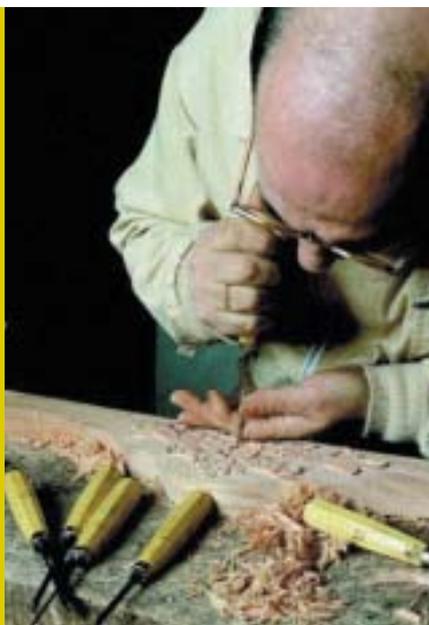
vamente, a la decoración y al goce puramente estético. Se las conoce, igualmente, como artes populares.

Desde antiguo, las comunidades rurales se rodearon de una serie de objetos utilitarios que cubrían sus necesidades cotidianas. Estos objetos se realizaban con las materias naturales que el propio medio geográfico les brindaba y que, a pesar de su carácter marcadamente funcional, no dejaban de representar el gusto personal de su realizador. Para éste no primaban los aspectos estéticos, sino tan sólo el dar con el resultado más eficaz y barato.

En la artesanía rural, la racionalización de las formas y su adecuación a la función que deben realizar es lo que hace útil y bello el resultado. Pero, puesto que no se aprecia lo construido más allá de su funcionalidad práctica, el artífice queda en el anonimato o, como máximo, se le reconoce en la comarca por su habilidad. Su destreza es la que le ha encaminado a especializarse. Este artesano, que evoluciona y se adapta a las nuevas necesidades demandadas y a los recursos del medio en el que se desarrolla, va modificando con el tiempo no sólo la forma de producir, sino también los medios de distribución, así como las relaciones sociales inherentes a su actividad. Cuando las formas y los objetos artesanales no se adaptan a los cambios culturales, se abandonan para pasar entonces a ser objetos de estudio de etnólogos e historiadores.

Por otra parte, el modo de producción industrial no ha avanzado en todos los lugares al mismo ritmo, por lo que las áreas y comarcas con mayor retraso industrial, ca-

t
 an sólo aquellas
 artesanías que encuentren
 el equilibrio entre las formas
 tradicionales de producción
 y aprendizaje, y
 los modernos sistemas
 productivos –comercialización
 y diseño– podrán
 mantenerse y pervivir

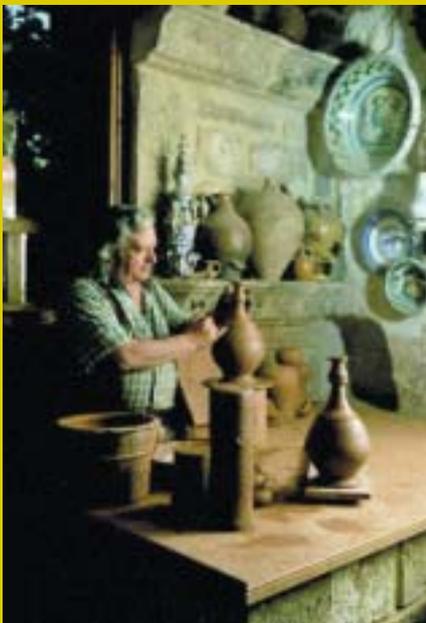


so de Andalucía, han tenido mayores facilidades para prolongar la existencia de sus productos artesanos. Tendríamos que apuntar que, con el paso de los años, los núcleos rurales de Andalucía se transformaron en agrocidades en las que, aun sin perder su carácter preindustrial, se fue consolidando el asentamiento de artesanos entre sus pobladores. Parece obvio que la agrocidad necesita cubrir unas necesidades cotidianas y, por ello cuenta con un artesanado orientado a la elaboración de bienes de consumo y de objetos utilitarios.

Habría que indicar que entre el artesanado urbano y el rural existen diferencias notables. El artesanado urbano es especialista, es decir, se dedica exclusivamente a su oficio y vive de las ganancias que le reporta su trabajo. El taller es el lugar de for-

mación-producción y, constituye, junto con la vivienda, una misma unidad. Por contraposición al artesano rural, el urbano no se autoabastece y tiende, casi siempre, a guardar una cantidad de productos en reserva para los futuros posibles compradores. Entre estos últimos y los artesanos existe habitualmente una diferenciación de clase social. Sus clientes proceden de las clases medias-altas, altas e incluso de la misma Iglesia. Sus producciones se elaboran con materias primas caras y tienen un proceso de creación complejo y refinado. Son productos de alto costo y con un carácter suntuario que destaca por encima de lo meramente funcional.

El artesano de la ciudad está, por regla general, más abierto a las novedades creativas, a los nuevos diseños y, también, a



C onviene advertir que el encarecimiento sufrido por los productos artesanos, cuando hubieron de

adaptarse a nuevos fines como el comercio turístico, o bien el objeto de lujo, es relativamente reciente en los medios campesinos de Andalucía

los avances tecnológicos. Así, por ejemplo, un orfebre trabajará con arreglo al estilo predominante en su época, pero un aladrero o un espartero lo harán, por regla general, como lo vieron hacer a sus antepasados o, lo que es lo mismo, sin modificar técnicas y formas. Con la introducción de las nuevas tecnologías a lo largo de los años, el artesano rural tendió a desaparecer, mientras que el urbano, obligado a cambiar al ritmo de la modernización, hubo de transformar cada cierto tiempo sus diseños para industrializarse, en las fases intermedias de producción, si quería mantener una competitividad con los restantes miembros de su sector.

Por otro lado, tendríamos que apuntar que cuando la artesanía no se adecua a la demanda, o bien ya no es necesaria, o su producción está descontextualizada y es ajena a la funcionalidad que la originó, tiende a desaparecer. Y cuando desaparece, con ella no sólo se pierde la producción de unos objetos, sino también un vocabulario, unos modos de hacer y unas determinadas formas de vida. Así, cada día vemos cómo desaparece un artesano y, ante ello, no deberíamos caer en el dramatismo ni tampoco en el más puro sentimentalismo.

En la actualidad, los productos artesanales de finalidad utilitaria están en clara desventaja en relación con los artículos industriales que nos encontramos en el mercado y, tal vez por esta razón, aquellos artesanos que se dedicaban a su producción desaparecen. En otras ocasiones, sin embargo, pierden el rumbo y se dedican entonces a la creación de objetos de gusto dudoso, para servir como *souvenir* a turistas. Sin duda, el

ejemplo paradigmático que mejor ilustra lo expuesto es el de la alfarería. En nuestros días la alfarería y la cerámica son objeto de coleccionismo, de exposición en museos y vitrinas de nuestras casas. Sin embargo, hasta no hace mucho tiempo, servían para contener y transportar líquidos, cocinar y algunos otros menesteres, siendo su lugar habitual la cocina y la despensa.

Las actividades artesanales de carácter rural con el paso de los años se fueron extinguiendo, lo mismo que los profesionales que las llevaban a cabo, siendo sustituidas las mismas por productos procedentes del exterior. Es evidente que, en otro tiempo, el campesino andaluz ligaba su propia existencia a la de los diferentes artesanos que desarrollaban su actividad dentro de la comunidad, tales como herreros, alfareros, talabarteros, etcétera, los cuales, al desaparecer, hicieron que se incrementara la dependencia del exterior de forma notable. Con el tiempo, la ciudad y los productos industriales fueron haciendo dependientes a las zonas rurales, conforme iba suministrándoles cuanto necesitaban, perdiendo así sus habitantes no sólo la posibilidad de abastecimiento que durante centurias tuvieron, sino también la potencialidad para transformar los productos rurales o, lo que es lo mismo, su propia capacidad artesanal.

Probablemente, una transformación industrial de los productos propios, sin que salieran por completo de la comunidad, tal vez hubiera sido una solución en las zonas rurales andaluzas para la producción artesanal, sobre todo cuando se produjo la feroz competencia de los productos del exterior.

¿Cómo se explica, entonces, que en estas zonas se claudicara ante la invasión externa de productos, abandonando sus propios medios de producción en beneficio de otros llegados en peores condiciones económicas? Conviene advertir que el encarecimiento sufrido por los productos artesanos, cuando éstos hubieron de adaptarse a nuevos fines como el comercio turístico, o bien el objeto de lujo, es relativamente reciente en los medios campesinos de nuestra región. Porque, cuando no habían perdido aún su función de autoabastecimiento, como bien apunta Limón Delgado, tenían unos precios tan bajos que contradecían todas las leyes económicas modernas, sobre todo en lo referente al costo en horas de trabajo y a la ley de la oferta y la demanda. Antes el precio de los productos reflejaba la estrecha vinculación que existía con la clientela habitual y estaba más relacionado con el material empleado que con las horas invertidas en el trabajo.

No debemos, pues, engañarnos creyendo en un porvenir halagüeño para las artesanías rurales. Debemos, más bien, hacernos a la idea de que muchas de ellas están abocadas irremediabilmente a su desaparición. Tan sólo aquellas que encuentren el equilibrio entre las formas tradicionales de

producción y aprendizaje, y los modernos sistemas productivos –comercialización y diseño– podrán mantenerse y pervivir. Hoy en día son ya muy escasas las necesidades para las que se precisa el puro trabajo artesano, de manera que la mayoría de sus producciones se han orientado, casi en exclusiva, hacia el ámbito ornamental.

Para concluir apuntaremos, una vez más, que la supervivencia de algunas de estas artesanías está en manos no sólo de los propios artesanos sino también de la Administración, que ha tomado conciencia del importante papel socioeconómico que siguen desempeñando como fuente de riqueza y motor de empleo, si se tiene en cuenta la baja inversión requerida para la creación de sus puestos de trabajo. Por otra parte, la promoción de la artesanía es un factor importante para intentar frenar, de alguna forma, el éxodo a las ciudades, fijando así a la población rural en su espacio tradicional. La Administración debería ofrecer asesoramiento, realizar estudios de viabilidad y análisis de mercado, favorecer la formación de cooperativas, buscar nuevos canales de comercialización, de divulgación de la obra artesana, e incorporar sus productos como elementos representativos de Andalucía, aligerando además las cargas impositivas para



la contratación de aprendices, quienes en un futuro pueden decidir la supervivencia del sector. Pero, todo esto, siempre y cuando los propios artesanos no desvirtúen sus saberes, las técnicas y los modelos, puesto que ellos son un componente más del patrimonio que, en nuestro caso, forma también parte de la identidad andaluza y que como tal debería ser valorado, conservado y promovido.

La racionalización de las formas y su adecuación a la función que deben realizar es lo que hace útil y bello el resultado en la artesanía rural

BIBLIOGRAFÍA

- COBOS RUIZ DE ADANA, J. y LUQUE-ROMERO ALBORNOZ, F. (1992-1993): "Artesanías". Los pueblos de Córdoba, vol. 1, 2, 3, 4 y 5. Córdoba. Caja Provincial de Ahorros.
- FERNÁNDEZ DE PAZ, E. (1999): "La documentación y protección de las artesanías como actuaciones sobre el patrimonio etnográfico". Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio. Sevilla. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, pág. 170-191.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (2000): Guía de la artesanía andaluza. Sevilla. Consejería de Economía y Hacienda.
- LAORDEN, C. y otros (1982): La artesanía en la sociedad actual. Barcelona. Salvat.
- LIMÓN DELGADO, A. (1982): La artesanía rural. Reflexión sobre el cambio cultural. Madrid. Editora Nacional.
- LUQUE-ROMERO ALBORNOZ, F., AGUDO TORRICO, J. y COBOS RUIZ DE ADANA, J. (1986): "Cultura material de carácter tradicional en la provincia de Córdoba". Córdoba, vol. IV. Córdoba. Ed. Gever, pág. 138-193.
- LUQUE-ROMERO ALBORNOZ, F. y COBOS RUIZ DE ADANA, J. (2001): "Alfarería". Proyecto Andalucía. Antropología. Transporte, arte y artesanía, t. II. Sevilla. Publicaciones Comunitarias, pág. 192-228.
- LUQUE-ROMERO ALBORNOZ, F. y COBOS RUIZ DE ADANA, J. (2001): "Tonelería". Proyecto Andalucía. Antropología. Transporte, arte y artesanía, t. II. Sevilla. Publicaciones Comunitarias, pág. 272-286.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA Y ENERGÍA (1983-1986): Artesanía en España. Madrid.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA Y ENERGÍA (1993): Presente y futuro de la artesanía en Europa. Madrid.
- PELAUZY, M. A. y CATALÁ ROCA, F. (1977): Artesanía popular española. Barcelona. Blumer.
- RODRÍGUEZ IGLESIAS, F. (Dr.) (2001): Proyecto Andalucía. Antropología (S. Rodríguez Becerra, coord.). Transporte, arte y artesanía. Sevilla. Publicaciones Comunitarias.

Desde el punto de vista de la creación de empleo, la artesanía representa un actividad con grandes posibilidades, pero necesita un apoyo decidido de las administraciones. Sin medidas de estímulo específicas, los artesanos van a encontrar cada vez mayores dificultades para rentabilizar su trabajo. En este artículo se exponen algunas medidas que servirían para potenciar la artesanía y crear empleo en el sector.

La dualidad artesanía-industria

La artesanía presenta frente a la industria una gran capacidad de adaptación y de respuesta ante los cambios, modas vanguardistas o lanzamientos innovadores. No debe plantearse en ningún caso un antagonismo entre artesanía-industria, porque sería una torpeza que no conduciría más que a la desaparición de la actividad artesana; mientras que, por el contrario, concebir esta dualidad como algo necesario y complementario en el panorama de la actividad económica de la sociedad hace que se puedan aprovechar recursos humanos desperdiciados y mercados potenciales ocultos por la consiguiente ganancia de bienestar social.

De otro lado, las industrias propiamente dichas tienen unas pautas de comportamiento bien diferentes de las que podríamos denominar industrias artesanas o industrias culturales, aunque se trate en este caso de un término poco afortunado. La ventaja de esta expresión es que con ella queremos indicar que en la artesanía la cultura está implicada en la estructura industrial de la economía y que tiene repercusiones en la propia economía a través de su contribución a la revitalización urbana, rehabilitación del patrimonio, el desarrollo regional, la creación de empleo, el turismo y el comercio, por poner algunos ejemplos. La artesanía aparece así como una fuente potencial presente y futura de dinamismo económico en los escenarios tanto locales como regionales y, cuando crece, puede ejercer una importante influencia sobre los niveles de empleo, absorbiendo el trabajo procedente de los sectores en decadencia de la economía.

Artesanía y mercado de trabajo

En lo que se refiere al mercado de trabajo, la artesanía es el sector con mejor relación capital/puesto de trabajo, lo que permite un mayor nivel de ocupación por volumen de inversión, además de permitir el empleo de capas marginales de personal no competitivo para otras actividades industriales, agrarias o de servicios, que pueden trabajar en la artesanía a pleno rendimiento. Precisamente el hecho de que la rentabilidad del trabajo artesano sea limitada en comparación con otras actividades, permite, por una parte, la ocupación de estos colectivos, por diversos motivos marginales, desde el punto de vista de la oferta de empleo (mayores, mujeres, estudiantes, etc) pero al mismo tiempo da lugar a que los jóvenes criados en ambientes artesanos que tratan de acceder al primer empleo busquen nuevas salidas laborales fuera de la artesanía, con la consiguiente pérdida de acervo cultural, al romperse la cadena generacional que, por lo común, asegura la transmisión de las técnicas profesionales de padres a hijos.

Este problema, que resulta quintaesencial a la propia artesanía y a la evolución de los tiempos, es de difícil solución, ya que el sector

artesano parece, a pesar de necesitarlo, estar ausente de las grandes líneas de ayuda al desarrollo. En efecto, las instituciones no parecen tener una voluntad política decidida en materia de mantenimiento y creación de empleo en la artesanía, como lo prueba el hecho de que entre las medidas para la modernización y fomento de la artesanía andaluza no se contemplan acciones directas a este respecto (políticas activas), siendo lo único destacable en materia de empleo un epígrafe (véase Orden de 19 de febrero de 1999) relativo a 'Perfeccionamiento profesional: asistencia a programas formativos, organización de cursos de formación'.

La constatación de esta escasez de ayudas no nos hace incurrir en el error de que el artesano deba escudarse en las subvenciones, sino muy al contrario, debe tomar una posición activa, explorando nuevas fórmulas de producción, organización, comercialización, etc, que le permitan mantenerse en el mercado. Efectivamente, existen situaciones concretas que deben estudiarse en cuanto a la oportunidad de ayudas a las empresas artesanales, en función:

—Del sector de actividad correspondiente (sector muy intensivo en mano de obra o en capital, sectores tradicionales o sectores innovadores);

- Del ciclo vital de la empresa (creación, desarrollo, transmisión);
- De determinados grupos objeto de preocupación (jóvenes empresarios, mujeres empresarias, etc.), que representan un potencial por explotar en materia de creación de puestos de trabajo.

En todo caso las ayudas deberían ir en la línea del artículo 130.1 de la Constitución Española: "Los poderes públicos atenderán a la modernización y desarrollo de todos los sectores económicos y en particular de la agricultura, de la ganadería, de la pesca y de la artesanía a fin de equiparar el nivel de vida de todos los españoles". Pues bien, ese marco legal particular del que gozan los demás sectores citados en el art. 130.1 no existe para la artesanía. Muy al contrario, parece que existe un control fiscal implacable que contribuye a un abandono progresivo del ejercicio de los oficios artesanales,

Las instituciones no parecen tener una voluntad política decidida en materia de mantenimiento y creación de empleo en la artesanía



en lugares donde no existen muchas alternativas de empleo. Sin entrar por el momento en mayores detalles se hace necesario reducir las cargas impositivas y sociales, especialmente gravosas para los talleres y microempresas artesanas, así como simplificar los trámites y requisitos existentes para la creación de estas empresas, estimulando el autoempleo y la creación artesanal en condiciones dignas.

Las microempresas artesanas y los talleres artesanos emplean en un tanto por ciento muy elevado entre uno y tres trabajadores. El marco legal actual para estos talleres actúa literalmente como un corsé, dificultando tanto el comienzo de la actividad como su desarrollo, a pesar de las buenas perspectivas del producto artesano en el mercado. Además la mayor parte de los artesanos de España tienen la condición de trabajadores autónomos y al margen del debate sobre la idoneidad o no del actual Régimen Especial de la Seguridad Social para los trabajadores autónomos, es necesario estudiar medidas específicas para la artesanía que permitan dotar de mayor flexibilidad estas cargas, como por ejemplo un acceso progresivo a este Régimen para el inicio de la actividad, en tanto que medida de fomento del empleo en el sector. La medida es de una lógica inapelable, ya que si un empresario puede contratar a un trabajador como aprendiz, con condiciones especiales, un trabajador autónomo tiene derecho a contratarse a sí mismo, siendo como es en la mayoría de los casos autodidacta.

Como se sabe, las microempresas constituyen la mayor parte de las empresas artesanas y son las unidades de producción que cuentan con el mayor potencial como generadoras de empleo, como demuestra el elevado número de puestos de trabajo que se han creado a lo largo del último año. Esta circunstancia, unida al porcentaje nada desdeñable de la población activa empleada por el sector de la artesanía, ratifica la necesidad de crear un entorno favorable a la creación y desarrollo de microempresas y talleres artesanales.

La necesidad de acotar el ámbito de la artesanía

La falta de una definición aceptada no ya a nivel mundial, sino incluso europeo, de lo que se entiende por artesanía dificulta y hasta puede decirse que impide abordar con rigor la economía de los trabajadores especializados en esta actividad, es decir, los artesanos. En relación con esta cuestión, a la vista de las informaciones estadísticas disponibles en la actualidad, resulta muy difícil —imposible— determinar cuántas empresas pueden ser definidas como artesanales. En algunos países, el número de empresas y de empleados, en sectores o subsectores que podrían ser definidos como artesanales, está infradimensionado por la aplicación sin más de las definiciones y criterios utilizados. Por ejemplo, según un dicta-

men del Comité Económico y Social de la Unión Europea, en España las empresas artesanales registradas son unas 15.000, cifra que creemos que es muy inferior a la realidad. En cambio, en otros países donde las estimaciones sobre el artesanado se realizan solamente sobre el número de empresas con menos de nueve empleados, se puede estar cometiendo el error opuesto.

Adoptando la genérica definición de considerar como artesanos a los que producen bienes con su sello personal —para lo que utilizan fundamentalmente sus manos—, cuentan con una reducida participación de maquinaria y pueden emplear a un escaso número de trabajadores, encontraremos serias dificultades para encuadrar dentro del sector artesano unas actividades u otras. Igualmente, se pueden definir como artesanos los objetos producidos total o parcialmente a mano.

Dentro de un mismo sector podemos distinguir actividades artesanas de las no artesanas. En efecto, del total de actividades del subsector del mármol en la provincia de Almería, por ejemplo, las actividades artesanas sólo representan el 20% del total, según los datos de la Asociación de Productos de Mármol, que consideramos plenamente fiables. Por otra parte, si tuviéramos en cuenta el criterio vigente en muchos países de Europa de clasificar como artesanos solamente las empresas que cuentan con menos de nueve trabajadores, según los datos a los que nos referimos, en Almería no habría muchos artesanos en el sector del mármol, ya que el tamaño medio es de 13,3 trabajadores por empresa.

Formación para asegurar el empleo

El colectivo de trabajadores artesanos se encuentra muy disperso geográficamente en Andalucía, utilizan tecnologías muy variadas —desde las más rudimentarias hasta las más avanzadas— y tienen también economías muy diferentes. Además se trata de un colectivo de edad media comparativa avanzada y sin que, a pesar de los esfuerzos de diversas instituciones, existan enseñanzas específicas, sean regladas o no, que garanticen en alguna medida su continuidad.

Lo cierto es que una parte importante de nuestros artesanos están próximos a jubilarse o son jubilados que completan su renta trabajando todavía en su oficio de siempre o son personas que lo hacen como *hobby* y para completar también su renta. En este sentido hay que subrayar que la pérdida de puestos de trabajo en artesanía como consecuencia de la jubilación de un artesano sin su reemplazo supone una serie de riesgos como son la pérdida de un oficio tradicional, la pérdida de puestos de trabajo y la pérdida de una demanda de productos y de una cartera de pedidos.

Se hace necesaria en artesanía una formación más personalizada y flexible a fin de que se ajusten las necesidades y los medios de cada territorio, cuestión que en Andalucía se hace especialmente conveniente. Para que el futuro de la artesanía sea variable, se necesita ampliar el contenido de la formación, superando lo estrechamente técnico para abordar aspectos empresariales, legales, financieros, comerciales, tecnológicos, etc. Por tanto, hay que adoptar una formación continua.

Para finalizar, añadiré que quieran unos y otros o no lo quieran, lo sepan o no lo sepan, estoy convencido, después de un año intenso y sincero de contacto con la artesanía y con los artesanos, de que en un mundo donde aumenta la desigualdad y la injusticia económica, se necesita un enfoque de la economía de mentalidad más abierta y más centrada en lo humano. Y ese es precisamente el enfoque de la artesanía.

Programa de inserción de aprendices en talleres artesanales

Alicia Domínguez Núñez
 Jefa de Negociado de Formación y Empleo
 Ayuntamiento de Sevilla

La figura del aprendiz, que prácticamente desapareció a mediados del siglo XX, puede resultar de gran importancia en el mantenimiento y recuperación de la artesanía, según se deduce de una experiencia desarrollada por el Ayuntamiento de Sevilla al amparo de la iniciativa Urban y bajo el nombre de Programa de Inserción de Aprendices en Talleres Artesanales. En este artículo se recogen las conclusiones extraídas de la aplicación del programa durante dos años en la zona de San Luis-Alameda de Sevilla, núcleo tradicional de artesanos de la capital andaluza.

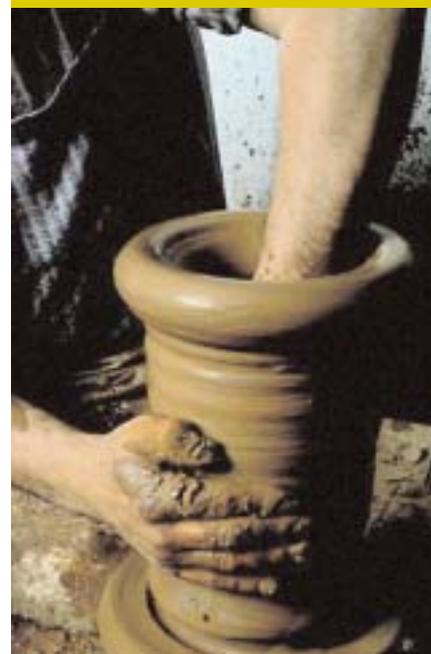
La tradición artesanal en Sevilla ha inspirado durante siglos una forma de vida, desempeñando un papel determinante en su cultura. La zona San Luis-Alameda de Sevilla se ha mantenido como un núcleo de artesanos a lo largo de los años, y por ello, desde que se empezó a aplicar la iniciativa Comunitaria Urban —en 1996, a través del Ayuntamiento de Sevilla— se inició una línea de actuación dirigida a incentivar los oficios tradicionales mediante el apoyo y promoción de su actividad.

Al constatar la existencia de un foco importante de artesanos en la zona se planteó un modelo de desarrollo basado en la explotación de sus recursos endógenos, el conocimiento de su problemática y sus potencialidades. Para ello se realizó un estudio sobre la realidad artesanal de la zona, en la que más de 70 talleres de

una actividad específicamente artesanal: orfebres, vidrieros, escultores, tallistas, ceramistas...

Los artesanos mostraban una problemática común: la falta de mano de obra cualificada. El estudio constataba al mismo tiempo el auge de la artesanía, su valoración y, por tanto, el incremento de su producción y mercado. Ante esta carencia, surgió la idea de recuperar la figura del aprendiz. Así nació el Programa de Inserción de Aprendices en Talleres Artesanales, con los objetivos de potenciar la artesanía, el empleo juvenil y la revitalización de oficios tradicionales en extinción.

Un total de 23 jóvenes, de entre 16 y 21 años, se formaron durante doce meses en los talleres artesanales. En este periodo, los aprendices no solo reciben una formación práctica de manos de los maestros



artesanos con los que trabajan, sino que también asisten a clases teóricas relacionadas con el oficio y las nuevas tecnologías. El programa subvenciona la contratación de los jóvenes que realizan los talleres (salario mínimo interprofesional) y sufragar el coste de materiales en la fase formativa. También contrata a un coordinador como responsable de realizar las tutorías y de la supervisión y seguimiento. El programa ha basado su metodología en la recuperación de la figura del aprendiz, clave en la formación profesional desde la Edad Media hasta mediados del siglo XX, momento en el que la regulación de la relación laboral y la emergencia de centros formativos reglados alejaron el aprendizaje de los oficios de los centros de trabajo. Se ha considerado que la recuperación de la formación en el puesto de trabajo es clave para la potenciación de los oficios artesanales.

El aprendizaje de un oficio artesanal necesita conocimientos teóricos pero, fundamentalmente, de una sólida formación práctica. Articular la formación fuera de las aulas posibilita las condiciones para el aprendizaje eficaz en estos oficios. La evaluación del programa permite realizar algunas reflexiones.

 El 60% de los jóvenes han seguido trabajando con los artesanos



En relación con el aprendizaje se ha considerado válido el método porque:

1. No se reproduce el modelo escolar. Algunos jóvenes responden más adecuadamente a procesos formativos que tienen como referente la realidad laboral.

2. Facilita la adquisición de un oficio. Muchos oficios artesanales (tallistas, vidrieros) no pueden ser aprendidos por la ausencia de centros formativos específicos.

3. Promueve cambios en la actitud de los jóvenes. El aprendiz se enfrenta a una relación laboral real. Esto conlleva asumir responsabilidades. Se producen cambios en relación a la disciplina, hábitos, relaciones laborales...

4. Adapta el perfil profesional a la demanda del mercado. El aprendiz se adapta a las necesidades reales del taller y además se forma en las nuevas tecnologías posibilitando nuevas vías de producción y comercialización a los talleres.

5. Consigue altos índices de inserción laboral. El 60% de los jóvenes, al concluir las dos ediciones realizadas, han seguido trabajando con los artesanos. Si la relación maestro aprendiz es adecuada y los talleres tienen mercado, el aprendiz tiene posibilidades de seguir trabajando en los talleres. Se produce un conocimiento del artesano en relación a las habilidades, conocimientos y actitudes del aprendiz que le dan confianza en sus habilidades como trabajador.

En relación con los artesanos el programa ha posibilitado:

1. La revitalización de oficios en extinción. Se crea una vía para la supervivencia de oficios tradicionales en serio peligro de extinción.

2. El desarrollo de habilidades formativas. Los artesanos han descubierto sus posibilidades y capacidades para transmitir sus oficios. Uno de los problemas para la organización de cursos formativos relacionados con algunos oficios artesanales es la ausencia de docentes.

3. La rentabilidad del taller. El índice elevado de contrataciones al finalizar los programas constata que los artesanos necesitaban y demandaban mano de obra cualificada.

Aunque los aspectos más relevantes del programa son la inserción laboral de los aprendices y la mano de obra cualificada que se facilita a los talleres, también se ha posibilitado una relación, y por lo tanto, conocimiento y confianza, entre los artesanos del mismo territorio y entre estos y la Administración pública. Esto ha hecho posible la realización de otra serie de actuaciones con el objetivo de promocionar la artesanía en otros ámbitos, entre los que destacan los siguientes:

1. Creación de un servicio de información y orientación artesanal.

2. Participación en la I, II, III y IV Feria de Múrcia 'Feria de Artesanía Cofrade'.

3. Organización de la I y II exposición Jóvenes Artesanos.

4. Participación en la Feria de Artesanía de Milán.

5. Artesanos-Net. Programa de adaptación tecnológica. Ha posibilitado la formación en informática de artesanos y aprendices, la adquisición de ordenadores, diseño de un sitio web y disposición de correo electrónico.

6. Promoción del sector, a través de prensa, vídeos, exposiciones, TV, radio...

Y por último la creación de la Asocia-

ción de Artesanos Las Sirenas para la consecución de objetivos en relación a intereses comunes.

Estas actuaciones han supuesto una mejora en los sistemas de producción, la adaptación de los artesanos a las demandas del mercado y, sobre todo, un incremento y diversidad de sus vías de comercialización.

El Ayuntamiento de Sevilla ha apostado por potenciar y promocionar el sector artesanal al ser una de las fuentes de riqueza para su desarrollo económico y cultural, y están convencidos de que la metodología utilizada es transferible a cualquier otro territorio en el que los oficios tradicionales constituyen una de las bases socio-económicas.

Este artículo es un resumen de la conferencia pronunciada por la autora en las Segundas Jornadas Técnicas de Artesanía de Andalucía.



La recuperación de la formación en el puesto de trabajo es clave para la potenciación de los oficios artesanales

El programa Agata Artesanía y Nuevas Tecnologías

Pablo Blanco
Director de Proyectos de Oficio y arte,
Organización de los Artesanos de España
web@oficioyarte.org

El director de proyectos de la Organización de los Artesanos de España, Pablo Blanco, expone las grandes ventajas que puede aportar internet a los artesanos, y comenta los dos principales proyectos que ha desarrollado su organización para que el sector obtenga el mayor beneficio posible de las nuevas tecnologías, la web 'oficioyarte.org' y el programa informático Agata, un instrumento diseñado para atender todas las necesidades de cualquier taller de artesanía.

A algunas personas les puede resultar extraño relacionar artesanía con Internet. Son términos que en principio pueden parecer incluso antagónicos. A la artesanía se la relaciona con la manualidad y la tradición, y a internet con las máquinas, la tecnología y la modernidad. Esta visión está mas cerca del tópico que de la realidad.

No solamente no son términos antagónicos, sino que en la simbiosis de lo mejor de ambos mundos encontraremos probablemente una de las claves que marcará la actividad productiva y comercial en las próximas décadas. Los artesanos ofrecemos productos individualizados o realizados en series cortas pero siempre con un sello de honestidad y autenticidad. Son productos que en muchos casos se inspiran en nuestras raíces culturales y que se revelan cada vez más necesarios y demandados por los consumidores como respuesta a la estandarización y al fenómeno de la globalización.

Como complemento, internet nos ofrece visibilidad: la posibilidad de dar a conocer nuestros productos a miles de consumidores situados lejos de nuestros mercados habituales. Permite a nuestros clientes potenciales buscar, ver y comprar multitud de productos sin moverse de casa. Cuántas veces nuestros amigos nos han enseñado un objeto de ar-



tesanía que nos ha encantado por su diseño u originalidad y que nos gustaría comprar, pero, claro, no se vende en ninguna tienda de la zona, porque su producción es muy limitada. Imagínese que pudiera visitar su taller, ver el trabajo de ese artesano, ponerse en contacto con él y si lo desea finalmente comprar esa pieza sin moverse de su casa.

Conscientes de la importancia que internet está jugando y va a jugar en el futuro, y del importante papel que las Asociaciones Profesionales tienen que jugar en la introducción de estas tecnologías, la Organiza-

ción de los Artesanos de España, puso en marcha el proyecto PASANTIC 2000, que contó con el patrocinio de la Dirección General de Política de la Pyme del Ministerio de Economía y Hacienda, Caja Madrid y los departamentos responsables de Artesanía en 11 Comunidades Autónomas.

PASANTIC 2000 sentó las bases de la modernización tecnológica del sector artesano, siendo sus mayores logros la página web de la Organización de los Artesanos de España, 'www.oficioyarte.org', y el programa informático Agata (aplicación de gestión y administración para talleres artesanos) que ya utilizan más de 400 talleres artesanos en todo el país.

La nueva versión AGATA 2.0 añade nuevas y potentes funciones a un programa que destaca por su sencillez de manejo a la vez que por sus potentes herramientas de administración y gestión. El éxito de Agata se basa, como digo, en su facilidad de uso y en la adaptación real a las necesidades diarias de un taller artesano (artístico o no artístico) o de cualquier microempresa de producción.

Con Agata 2.0, el artesano gestiona todo su catálogo de productos, pudiendo crear e imprimir catálogos y listas de precios, y



actualizarlos de forma automática al final del ejercicio. El almacén de productos terminados le permite llevar un control de las existencias y movimientos en cualquier intervalo de fechas. La herramienta de cálculo de costes ha sido una revolución dentro de nuestro sector.

Desde el módulo de Proveedores puede gestionar las materias primas que adquiere y que controla a través de su propio almacén. Podrá controlar igualmente toda la relación con sus representantes. El módulo de Clientes, corazón del programa, gestiona sus pedidos, albaranes de envío, facturas, facturas proforma y presupuestos. Desde 'Gastos' llevará la gestión de todas las facturas pagadas por el taller con la posibilidad de imprimir diversos listados, lo que le permite mantener un control y previsión total sobre los mismos.

Con el módulo de 'Mailing' creará todas las cartas de contacto con clientes, proveedores etc, tanto individuales como masivas, con una versatilidad y facilidad de manejo extraordinaria.

Agata se ha convertido en la Asesoría de decenas de talleres artesanos porque con sólo tocar un botón el programa elabora todos los impresos fiscales: IVA trimestral y anual, IRPF trimestral, operaciones con terceros, libro de ventas y libro de gastos.

Puede descargar una versión de demostración de AGATA totalmente operativa desde nuestra web <http://www.oficioyarte.org> pinchando en el apartado 'Varios' y después en 'Agata'.

Nuestro sitio web pretende ser el punto de encuentro de todas las personas que de una u otra manera están relacionadas con la artesanía, cumpliendo tres objetivos fundamentales:

- Ser el centro de información sobre el sector y para el sector: legislación, libros y revistas, enlaces relacionados, escuelas, ferias, tiendas, proveedores de materias primas y herramientas, cursos, concursos, jornadas y exposiciones, etc.

- Punto de promoción de los talleres artesanos miembros de nuestra organización a través del buscador de talleres y de la galería donde se muestran las páginas web de nuestros socios.

- Centro de servicios web, ofreciendo registro de dominios, diseño de páginas y alojamiento web profesional.

Se trata sin duda del sitio web de referencia de la artesanía española, superando ya las 10.000 visitas mensuales. En este momento estamos trabajando en el desarrollo de proyectos que den visibilidad en la red a las asociaciones miembros de la organización, dotándolas de herramientas web adecuadas y adaptadas a su realidad y necesidades. Insistiremos en el salto de los talleres artesanos a Internet, con diferentes niveles de proyectos, desde las páginas semilla (extremadamente simples) hasta otras mucho más complejas, dotadas de catálogos en línea que favorezcan la relación de los artesanos con sus clientes profesionales.

Las carencias tecnológicas que tradicionalmente presentan no sólo los talleres artesanos sino la gran mayoría de las microempresas españolas va poco a poco dando paso a una utilización creciente y en algunas casos entusiasta de las nuevas tecnologías.

Es nuestra responsabilidad, como Organización Profesional representativa del sector, marcar los caminos y establecer todo tipo de ayudas para que esta transición sea lo más fluida posible, no vaya a ser que en los próximos años no estemos en el lado bueno, si es que el profesor Castells tiene razón cuando dice que "en el futuro habrá dos tipos de empresas, las empresas de Internet y las empresas muertas". Los artesanos, contra lo que algunos puedan pensar, no somos ajenos a este cambio vertiginoso.

La Federación de Artesanos de Andalucía

La institución de referencia en la artesanía andaluza es la Federación de Artesanos de Andalucía (FADA), que agrupa a las diferentes asociaciones de artesanos de la región. Su objetivo es la promoción de sus asociados así como el apoyo en todos los aspectos de su actividad. Presta asesoramiento y suministra valiosa información sobre eventos y de tipo administrativo: ayudas y subvenciones, requisitos legales, convocatorias, etc. Además organiza ferias y otras actividades, y promueve la asistencia a los grandes acontecimientos nacionales e internacionales relacionados con la artesanía.

Su cuidada imagen, reflejada en el diseño de las bolsas, marcapáginas y todos los productos que pone al servicio de los talleres de la región, se está mostrando como un elemento fundamental para transmitir la idea de calidad que va asociada a la artesanía andaluza. La FADA trabaja en perfecta sintonía con Oficio y Arte, Organización de los Artesanos de España (OAE), editora de la revista *Oficio y Arte* y de la web oficioyarte.org.

Para ser socio de FADA hay que pertenecer a alguna de las asociaciones miembros de la Federación. Pero si alguien trabaja en una zona donde no existe ninguna asociación, o no quiere asociarse a la que existe, tiene la posibilidad de federarse a través de Artesanos Andaluces Asociados, organización gestionada desde la FADA.

Cada taller artesano paga a la Federación a través de su Asociación o de manera directa una cuota de inscripción de 30'5 euros (al darse de alta) y una cuota mensual de seis euros, pagadera cada seis meses (36 euros al semestre). Los pagos de las cuotas dan derecho a voto en las asambleas, a pertenecer a la Organización de Artesanos de España, a recibir cada dos meses la revista *Oficio y Arte*, a recibir cada cuatro meses la revista *Con buenas manos*, a toda la información que la FADA estime de interés, y a beneficiarse con un precio especial en las actividades que la FADA organice. La FADA cuenta con una web desde la que ofrece información de interés para todos los artesanos andaluces y en especial para sus asociados: artesianiadeandalucia.org

Federación de Artesanos de Andalucía (FADA)

c/ Siete Fuentes 2, 23470 Cazorra (Jaén)

Tel/Fax: 953 721 638

fada@artesianiadeandalucia.org

www.artesianiadeandalucia.org



Concha Blanch

A veces la presentación del producto artesano puede ser tan importante para vender como el propio producto, asegura Concha Blanch, una empresaria que desde hace 18 años comercializa con notable éxito los pañuelos de seda natural que pinta a mano. En este artículo explica cuáles son, según la experiencia de su taller, las claves para convertir la artesanía en un negocio rentable.

Mi nombre es Concha Blanch, y me dedico desde hace 18 años, de forma profesional, al diseño textil, habiéndome especializado en pañuelos de seda natural pintados a mano. Hago hincapié en la palabra profesional, porque para mí significa 'vivir de ello'. Aunque los inicios fueron siempre muy variopintos (trabajé en el campo de la decoración, de la arquitectura, etcétera), finalmente dediqué el cien por cien de mi energía hacia el mundo de la moda, y más concretamente, hacia el complemento para la mujer.

En mi esquema de empresa hay algunos puntos fundamentales sobre los cuales desarrollo toda la dinámica del estudio-taller. Para mí, las claves para evolucionar y consolidarse en un mercado tan agresivo son:

- Crear un producto de calidad.
- Que el producto tenga un precio asequible o razonable.
- Que se trate de piezas actuales y, esto es fundamental, de utilidad.
- Que tenga una presentación muy cuidada.

- Y que globalmente nuestra empresa ofrezca una imagen muy profesional.

No tengo nada en contra de las ferias de artesanía, pero para mí nunca ha sido la forma de conseguir ingresos. No voy a entrar en dar mi opinión sobre éstas, porque sería materia para otro debate. Siempre he enfocado la gestión de mi empresa a ferias de carácter exclusivamente profesional, como Intergift, en Madrid, o Expohogar, en Barcelona, y aunque conozco varias ferias europeas, que visito al menos una vez al año alternativamente, en estos momentos toda nuestra producción anual está cubierta de sobra por el mercado nacional. De momento, el mercado internacional lo tenemos en lista de espera.

Me gestiono siempre como una empresa, quiero decir, que si hay una facturación muy alta en determinados meses del año, es la empresa y no yo quien tiene ese beneficio; y de la misma manera, si hay meses flojos, es también la empresa la que tiene pérdidas. Y si se necesita un soporte económico por encima de las posibilidades de la empresa,

voy al banco a hacer las gestiones oportunas. Nunca pienso que sea una subvención o una ayuda del gobierno autónomo quien tenga que solucionarme los problemas. Y si este problema persiste demasiado tiempo, es que ha llegado el momento de hacer un examen exhaustivo de la gestión económica y comercial de la empresa y, por supuesto, un análisis profundo del producto que estamos presentando en el mercado. Debemos analizar objetivamente si lo que producimos es lo que el mercado demanda o si es lo adecuado para el mercado al que queremos dirigirnos. Generalmente, ahí solemos fallar todos los que producimos creaciones propias: nunca pensamos que no lo estamos haciendo adecuadamente, sino que nuestro ego nos lleva a creer siempre que el mercado no entiende nuestras piezas.

Al trabajar en el textil y, principalmente, en complementos para la mujer, las dos temporadas de moda del año, otoño-invierno y primavera-verano, nos obligan a plantear dos colecciones completamente diferentes en cuanto a colores y texturas. Nosotros estudiamos mucho la colección, hacemos muchas pruebas, y cuando finalmente ya creamos tener el producto acabado, hacemos lo que podemos denominar un estudio de mercado. Enseñamos las piezas a varios segmentos de consumidores a los que van dirigidas y ello nos da un baremo muy interesante de la producción que deberemos hacer de cada producto o dónde tenemos que cambiar algo o, sencillamente, no presentar un producto porque ya hemos visto que no tiene suficiente aceptación. Todo esto nos permite preparar un stock de producto antes de ir a la feria y poder servir de una forma casi inmediata días después de que el cliente nos haya hecho el pedido.

Uno de los puntos fundamentales en que se basa mi intervención en estas Jornadas es la imagen de empresa y presentación del producto. Evidentemente, en 18 años ha habido una evolución y adecuación importantes. Nuestra imagen de empresa, aunque ha ido variando en cuanto a color y diseño,

Puedes fracasar con un producto, pero el fracaso no es tan importante si al final sabes en qué te has equivocado



siempre se ha mantenido fiel al logo que, en mi caso concreto, es mi propia firma, con la que van identificadas todas las piezas que salen del taller. A partir de ese logo se ha desarrollado toda la línea de papel de empresa, albaranes, bloc de pedidos, tarjetas, etiquetas con las que se identifican las cajas del producto, y cada producto, a su vez, va acompañado de un certificado que autentifica su calidad artesana. No es lo mismo vender un pañuelo a secas que vender un pañuelo que lleva su propio embalaje, su etiqueta, su certificado, etcétera... Aunque el costo es superior, el comprador lo valora mucho y nunca ha sido un inconveniente el que valga más, sino todo lo contrario.

En las dos colecciones que presentamos al año siempre sacamos un producto que normalmente por su presentación, su etiqueta, sabemos seguro que estamos delante de un número uno en ventas de la temporada. Y a veces no por el pañuelo o la pieza, sino por cómo lo presentamos. Para que se entienda, daré un ejemplo: en el año 99 lanzamos una colección denominada 'Corazón de melón', que era y es, porque aún forma parte de nuestros productos-estrella, un pañuelo de 55x55, justo la medida del cuello, cuando empezaron las más avanzadas a llevarlo. El pañuelo en sí no tenía demasiado mérito si no era por el colorido; presentado tal cual, la verdad, no era nada del otro mundo, pero se me ocurrió doblarlo y colocarlo dentro de una caja de CD y fue justamente esta forma de sacarlo al mercado la que lo convirtió en un número uno de ventas en esa temporada y en la siguiente. De

este modelo en concreto hemos hecho colecciones para muchísimas empresas, personalizándolo, bien en el diseño del pañuelo, bien en la carátula de la cara posterior.

Para dar una idea de para quién hemos trabajado puedo decir que para el museo Picasso de Barcelona, el museo de Historia de Barcelona, Acuario de San Sebastián, museo de la Naturaleza y El Hombre, de Tenerife; museo Nacional de Bellas Artes de Cuba, plaza de toros de la Maestranza de Sevilla, y una infinidad de empresas no menos importantes, pero sí menos conocidas. El año pasado, en la colección de invierno también tuvimos, porque lo buscamos, otro *boom* de ventas, en otro pañuelo que aisladamente no tenía nada de especial. Hicimos un tratamiento al tejido, arrugándolo, y lo presentamos en una caja cuadrada de 12x12x12, forrada de color plata, y el pañuelo era una bola redonda con unas pequeñas antenas metálicas. Esta colección se llama O.C.N.I. (Objeto Cuello No Identificado). Probablemente el pañuelo presentado tal cual, con un tamaño de 180 x 90, en colores más o menos bonitos, no hubiera tenido la aceptación que tuvo ayudado por la parafernalia de su presentación y de la doble intención del nombre de la colección. En la primera feria se vendieron 693 unidades, todo un éxito para un taller que produce artesanalmente. Superó en el cien por cien el stock que habíamos preparado para la feria.

Se ve ya más o menos la línea que tenemos en el taller. He dado un ejemplo, como podía dar cinco. Todo lo podría resumir en una palabra, que es filosofía de empresa y fi-

losofía de producto. Se me pueden escapar cosas, pero que sean las mínimas. Preparo muy bien las temporadas porque del éxito o fracaso de la colección depende el trabajo de cuatro personas, que somos las que integramos 'Concha Blanch', y es una responsabilidad muy asumida. No tenemos representantes ni hacemos visitas posteriores a clientes. Por tanto, nos jugamos a una sola carta la producción anual del taller, una parte con la colección de invierno y otra con la colección de verano. Puedes fracasar con un producto, pero el fracaso no es tan importante si al final de una feria sabes en qué te has equivocado. Siempre hay una explicación para todo; lo importante es saber encontrarla. Yo, personalmente, hace mucho tiempo que aprendí que cada día estoy aprendiendo algo nuevo. Hubo un tiempo en que me daba mucha rabia comprobar que después de tantos años de profesión todavía había cosas a diario que me sorprendían y luego pensé que era justo porque nunca me estancaba y siempre estaba investigando y probando.

Quiero terminar diciendo que creo sinceramente que las microempresas de producciones artesanas tenemos un futuro brillante y que debemos aprender a andar por la vida comercial con los oídos alerta y los ojos muy abiertos para captar todo lo que sucede a nuestro alrededor: ser capaces de ver hacia dónde van las tendencias del mercado y escuchar con atención lo que el consumidor pide. Hacer lo contrario es estrellarse contra un muro que se llama fracaso. Señoras y señores, no debemos mirarnos los pies, sino el horizonte.

Creo sinceramente que las microempresas de producciones artesanas tenemos un futuro brillante, siempre que sepamos ver hacia dónde van las tendencias del mercado y lo que el consumidor pide

Una artesana en Benamahoma

Mercedes Jiménez



Mercedes Jiménez es una artesana rural, con muchos años de profesión en el pequeño pueblo de Benamahoma, en la sierra de Cádiz. Allí mantiene un taller que le ha permitido vivir hasta hoy de su trabajo, la cerámica decorativa y artística.

Hace 14 años que instalé mi taller y casi mi vida en Benamahoma, un pequeño pueblo de la Sierra de Grazalema rodeado de montañas, donde corre el agua abundantemente, y la tierra está cubierta de un verde casi eterno. Las piezas que nacen de mi taller quizá traten de evocar este entorno extraordinario en el que vivo. Entre ellas, hay esculturas de personajes que andan por las calles o descansan en los bancos de la plaza, abuelos jubilados y también duendes y hadas que surgen en la imaginación durante mis caminatas por el bosque. El taller está lleno de duendes y hadas.

Todas las esculturas o piezas son originales y únicas. En cuanto a su elaboración, empleo barros refractarios y gres. Los motivos decorativos se inspiran principalmente en la flora del parque natural, desde la peonía o el espino majoleto hasta especies de árboles autóctonas, como el quejigo, el pinsapo, alcornoque, encina... Estos motivos me sirven para decorar platos, cuencos, lámparas o murales tanto para el interior de la casa como para el exterior. También realizo otros trabajos más personales, que nacen en periodos de tiempo muy concretos. Se trata de vasijas con caras moldeadas, o con dibujos, en las que utilizo colores de alta temperatura (1.280°).

Soy de Jerez de la Frontera, pero mi trabajo como artesana empezó en Santander, en la aldea de Arenal de Penagos, muy próxima a Solares. Un verano, cuando tenía 19 años, decidí ir allí de vacaciones y ya no volví: pasé en aquella aldea tres años con un grupo de amigos, todos dedicados a trabajos artísticos, en una gran caserón cántabro sobre la ladera de una montaña, donde uno pintaba, otro esculpía o, como era mi caso, modelaba. Durante mucho tiempo me

dediqué a levantar a escala las edificaciones de Santillana del Mar, que vendía a una tienda de esta pequeña y magnífica ciudad. Las coloreaba e incluso reproducía el deterioro que pudieran tener las fachadas.

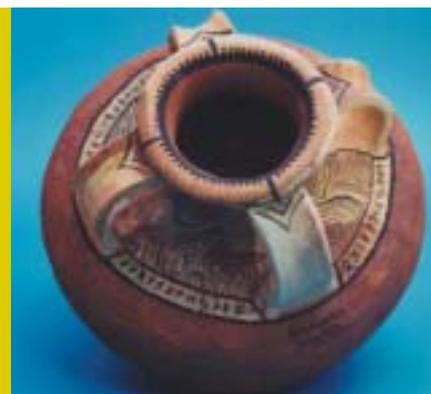
Notaba que esto se me daba bien, como se le daba bien a mi padre, que siempre había sido muy aficionado a modelar, y a mi hermana, hoy también dedicada de lleno a la cerámica artística. Así que había conseguido vivir de lo que me gustaba y pensé en probar fortuna en Madrid, pero la experiencia de la gran ciudad no fue buena. Después de tres meses, volví finalmente a Jerez, mi tierra, y abrí un taller en el centro. La experiencia tampoco fue del todo satisfactoria, y entonces comprendí que me atraía la vida del pueblo pequeño. Había ido a Benamahoma de vacaciones, de niña, y me gustaba, de modo que me instalé allí.

Para un artesano, las ventajas de trabajar en un sitio como éste son evidentes: tranquilidad, el contacto con la naturaleza, soledad... ¿Desventajas? La poca vida cultural. Benamahoma, no obstante, es un pueblo bien comunicado, lo que me permite viajar con mucha frecuencia a Jerez o Sevilla. Siempre tuve en mente que quería vivir en un pueblo pero con buenas conexiones con grandes ciudades. En estos 14 años, mi trabajo ha experimentado una transformación total. Ahora trabajo mucho por encargo, y tengo muy en cuenta que mi actividad artesanal es una profesión de la que tengo que vivir. A mí me gusta mucho la escultura artística, pero si tienes que ganarte la vida resulta muy difícil dedicarte a ello por completo. Tienes que pensar en lo que te piden. Tienes que adaptarte a las circunstancias de cada sitio. Cuando vivía en Santander, me pagaban muy bien los trabajos. Donde vivo ahora es más difícil porque

la renta y el nivel cultural son menos elevados. Como muestra puedo decir que en la actualidad vendo trabajos al mismo precio que hace 18 años, cuando empecé, a pesar de lo que ha subido todo. Algunas piezas sí las pongo a un precio alto porque son obras singulares, y acabo vendiéndolas siempre a personas que vienen de Madrid o de cualquier otra gran ciudad.

Desde hace unos años tengo un taller independiente de mi vivienda, en una casa antigua, como tenía en Arenal, y en un salón situado a la entrada expongo las obras al público. También vendo en ferias, o en exposiciones —en febrero expuse en Jerez y este verano, en Chipiona—, y mantengo algunos clientes desde hace mucho tiempo a los que mando piezas. Se trata de clientes que me compran directamente o bien de tiendas, de Granada, Madrid, Santiago de Compostela... También me encargan trabajos algunos organismos, pero siempre de forma muy personalizada. Mi producción es muy pequeña y no tiene mucho sentido tratar de aumentar los puntos de venta.

Me gustaría decir, para terminar, que se puede vivir de la artesanía en un pequeño pueblo, si bien es necesario contar con una mayor protección social. Los artesanos, como gran parte de los trabajadores autónomos, vivimos en una situación precaria, expuestos a la ruina si sobreviene una larga enfermedad o cualquier otra circunstancia que nos impida trabajar a pleno rendimiento. Y eso es como una espada de Damocles, como una amenaza que siempre está ahí.



Escuela-taller Molina Lario

El trabajo fino

Fernando Ramos Rivas
Director de la escuela-taller Molina Lario

Puede compatibilizarse la labor de artesanos, industrias artesanales, nuevos productos de síntesis, nuevas tecnologías y nuevos procedimientos de producción sin perjuicio de la utilidad, la elaboración, la belleza, lo ergonómico, lo funcional, etc. No podemos desechar la utilización de productos orgánicos de síntesis en la restauración de la piedra, que no cabe duda de que se realiza de forma artesanal y con procedimientos manuales. Al momento de fijar los lazos de un ensamble en ebanistería no usaremos cola animal, usaremos cola de contacto, de fabricación sintética y de un comportamiento muchísimo más estable y duradero. ¡Ojo! Los lazos del ensamble los hemos ejecutado a máquina. Debemos hacer entender al mercado que la máquina la inventó, la ejecutó y la utiliza el hombre para sufrir menos fatiga. De aquí a las fabricaciones en serie normalizadas aún dista mucho. No sé si sería bueno inventarnos el eslogan de 'diseño y montaje a mano' o semiartesanal. La sociedad nos exige siempre diseño, calidad y precio, y necesariamente hay que entender que debemos poner los mejores medios a nuestro alcance. La utilidad viene determinada por un cierto grado de necesidad.

Decíamos que la utilidad o el uso determinaba la realización de elementos o utensilios artesanales. Hoy, en sentido inverso, podríamos decir: usando damos carta de naturaleza en el tiempo a nuestro patrimonio histórico y, con ello, continuidad a nuestros oficios artesanos. La experiencia obtenida en las labores de mantenimiento, conservación y restauración por la escuela-taller Molina Lario en la Catedral de Málaga nos muestra la necesidad de crear especializaciones dentro de los oficios para atender estas necesidades.

Declarada Escuela-taller Permanente por acuerdo del Ministerio de Trabajo, el Obispado y el Ayuntamiento de Málaga, lleva cinco años continuados de trabajos con magnífico rendimiento y óptima calidad. Pero, con independencia de la calidad de lo realizado por un número de alumnos aproximado de 250, es importante destacar que un 94% ha logrado la inserción laboral o han decidido crear talleres, por ejemplo de vidrieras artísticas, mantenimiento de suelos, albañilería, carpintería, forja, etc. De los cinco módulos con que comenzó la escuela en diciembre de 1996, ha pasado hoy a contar con 60 alumnos en los siguientes ocho módulos: cantería, albañilería, carpintería, forja-cerrajería, vidriera artística, delineación-cartografía, orfebrería y bordados.



no sé si sería bueno inventarnos el eslogan de 'diseño y montaje a mano' o semiartesanal

Red PRORURAL

El desarrollo rural en Chile



El Gobierno chileno ha creado un programa, denominado PRORURAL, para desarrollar las zonas rurales más desfavorecidas del país. Financiado con cargo a los presupuestos generales del Estado, PRORURAL presenta muchas similitudes con los programas europeos, pero también algunas diferencias notables. Se trata de una experiencia innovadora, cuya finalidad principal es buscar nuevos mecanismos de gestión y nuevas políticas públicas en el mundo rural.



La situaciones de pobreza en el medio rural chileno se caracterizan en los últimos años por un doble proceso: estancamiento en los ingresos de la población y, a la vez, una mejora en los accesos a servicios básicos. Por otra parte, existen grandes diferencias entre unas zonas y otras, lo que se está traduciendo, en relación con las opciones de desarrollo económico territorial, en oportunidades muy diferentes para la población, tanto en materia de ingresos como en calidad de vida.

Debido a este estancamiento de los ingresos y al proceso de disminución relativa de la actividad agrícola en relación con la 'extra-agrícola' en las zonas empobrecidas, el Gobierno de Chile se planteó la necesidad de desarrollar en el medio rural un plan innovador en materia de gestión pública, y de esta necesidad surge la Red de Cooperación Institucional para Zonas de Pobreza Rural (PRORURAL), con el objeto de mejorar las condiciones de vida de los habitantes y trabajadores de zonas rurales empobrecidas. El programa pretende dinamizar las economías locales con una visión territorial, multisectorial y participativa. La Red PRORURAL se enmarca dentro de las 'Bases para una Política de

Superación de la Pobreza Rural', aprobadas por el Consejo de Ministros chileno así como del plan del Gobierno (1998-2000) para la reducción de la pobreza rural en Chile. Una vez trazadas las líneas generales, el programa se ha articulado en torno a dos grandes objetivos: desarrollo de planes de inversión en las regiones y zonas seleccionadas, y formulación de propuestas para erradicar la pobreza en el mundo rural.

En cuanto al primer objetivo, se están desarrollando experiencias concretas en las cinco regiones definidas para una primera fase, y se están gestando 'Planes de inversión zonal' en doce zonas rurales empobrecidas, que incluyen en conjunto un total de 67 comunas. Cada una de ellas ha establecido un programa de desarrollo territorial a medio plazo, basándose en los ejes estratégicos acordados. Estas iniciativas alcanzaron un monto global de alrededor de 10 millones de dólares, aportados por las distintas instituciones integradas en PRORURAL, para el periodo 2001-2002.

El segundo pilar del programa, la formulación de propuestas, se planteó como un debate muy participativo en torno a la idea de una nueva ruralidad para el Chile

PRO-RURAL pretende dinamizar las economías rurales con una visión territorial, multisectorial y participativa

del año 2010. Del debate tenía que surgir una formulación de propuestas en torno a la *Adecuación de los instrumentos y políticas públicas* para esta nueva ruralidad, dirigidas en particular a favorecer la igualdad de oportunidades de la población rural frente al resto del país, y al aumento de los ingresos y bienestar de quienes viven en el medio rural en condiciones de pobreza y marginación.

El ciclo de talleres y seminarios realizado para la formulación de propuestas se desarrolló durante un periodo de siete meses, en los años 1999-2000, con cerca de 500 participantes provenientes de múltiples ámbitos del medio rural, y tanto de los niveles locales, regionales y nacionales como internacionales: instituciones públicas, Gobiernos regionales y municipales, ONGs rurales, empresarios, dirigentes de productores rurales, expertos nacionales y de organismos internacionales, profesores de universidad, etc.). El documento a que dio lugar este gran debate marca el rumbo del desarrollo rural en Chile, con el horizonte situado en el año 2010 (PRORURAL cuenta con una web cuya dirección es: www.redprorural.cl).

Planes de Inversión Zonal

Definidos como un proceso de interacción entre los gobiernos regionales, los servicios públicos participantes, las respectivas asociaciones de municipalidades y representantes del sector privado y la sociedad civil local, los Planes de Inversión Zonal se desarrollan siguiendo las siguientes pautas:

- En cada zona se realiza un proceso sistemático de interacción entre los diferentes agentes de desarrollo, a fin de acordar aquellos elementos sustantivos que permitan elaborar un proyecto de mejora socioeconómica a medio plazo.
- Sobre la base de este proyecto, se definen de forma participativa los ejes estratégicos para el desarrollo del territorio, y se identifican las principales líneas de acción e inversión.
- A continuación se perfilan las iniciativas integradas de gestión e inversión, y la institución que gestiona PRORURAL en una zona determinada analiza, junto con los beneficiarios potenciales, las capacidades técnicas y los recursos financieros disponibles.
- Con los acuerdos alcanzados y la identificación de las respectivas aportaciones de las instituciones y de los particulares que participan en el proyecto, se perfila y formaliza el Plan de Inversión Zonal, que una vez firmado por las partes en actos públicos, inicia su etapa de ejecución.

Acuerdo de colaboración entre ARA y PRORURAL

El lunes 17 de junio de 2002 la Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA) y la Red PRORURAL de Chile suscribieron en Granada un importante convenio de colaboración, con el objetivo de "impulsar iniciativas, acciones y proyectos orientados al desarrollo de las zonas rurales de Andalucía y Chile a través del intercambio de información, experiencias, metodologías, técnicos y agentes de desarrollo, estrategias de intervención aplicables a una u otra realidad, así como la puesta en marcha de acciones coordinadas o conjuntas propias o frente a terceros que coadyuven a los objetivos señalados". ARA favorecerá la interlocución, colaboración y participación de las 50 Asociaciones de Desarrollo Rural (ADR) de Andalucía miembros de la misma con PRORURAL.

Por su parte, PRORURAL favorecerá también dicha interlocución, colaboración y participación con ARA de los actores de los Planes de Desarrollo Territorial Chilenos, así como con la Comisión Rural de la Asociación Chilena de Municipalidades, la Coordinadora Nacional de ONG Rurales de Chile y las Organizaciones Nacionales del Mundo Rural en Chile. Las entidades firmantes se comprometen a mantener permanentemente informada a la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía y al Gobierno de Chile de las acciones que se pongan en marcha en el marco de este Convenio de Colaboración.

Este convenio se enmarca dentro de la nueva política que preconiza tanto la Unión Europea (UE) como el Gobierno de la Comunidad Autónoma Andaluza consistente en fomentar las acciones de cooperación interregionales y transnacionales (tal y como se exigen en la nueva Iniciativa comunitaria LEADER+ y en el Programa PRODER de Andalucía). En este sentido, la UE logró un acuerdo con Chile, en abril de 2002, considerado por fuentes comunitarias como el más ambicioso e innovador jamás firmado por la UE. El convenio incluye una zona de libre comercio de productos industriales, pesqueros y agrícolas. También se establecieron convenios sobre otras materias, tales como: protección de la denominación de origen de los vinos y otras bebidas alcohólicas, armonización de normas sanitarias y fitosanitarias, eliminación de burocracia aduanera, libre comercio de servicios e inversiones, tratamiento igualitario en las compras gubernamentales y reglas sobre competencia y propiedad intelectual. Chile, que está negociando un pacto similar con Estados Unidos, le compra a la UE por valor de 3.460 millones de euros anuales y le vende por 5.113 millones. España es el segundo mayor inversor extranjero en Chile.



Guadix

Una tierra en buen camino

La ciudad de Granada pesa mucho en la provincia, al igual que la estación de esquí de Pradollano, La Alpujarra o la costa. En esa batalla por dar cuenta de la propia existencia al mundo, la comarca de Guadix no lo tiene ciertamente fácil, ni fuera ni dentro de la provincia, y sin embargo quizá sea uno de esos lugares que concentran de verdad ventajas difíciles de encontrar en otra parte. Si la publicidad acertara a mostrar esta comarca con un poco de énfasis seguro que su nombre sonaría mucho. Situada en una plataforma, a 900 metros sobre el nivel del mar, esta tierra suele disfrutar en verano de un clima envidiable, con temperaturas lo suficientemente altas durante el día como para bañarse y noches frescas, más propias en Andalucía de la primavera o de las primeras semanas del otoño.

La comarca de Guadix, que se encuentra en el centro de la provincia de Granada, limitando al norte con Jaén, constituye, sobre todo desde que se abrió la autovía A-92 hace 10 años, un importante nudo de comunicaciones (la conexión de Guadix con Almería capital, último tramo de la A-92 que faltaba por construir, se inauguró hace unas semanas), lo cual aporta grandes beneficios, pero también tiene su lado negativo, hasta el momento, al menos. Granada, situada a poco más de 50 kilómetros, queda ahora muy cerca, y su comercio ha desplazado en parte al de la ciudad de Guadix.

En los últimos años esta población de aproximadamente 20.000 habitantes ha sufrido una relativa pérdida de relevancia como gran centro de servicios comarcal, y aún parece vivir en un proceso de trans-



formación, sin un horizonte muy definido. Con un hermoso y noble casco histórico, en torno a la magnífica catedral del obispado Guadix-Baza, el turismo le ofrece sin duda unas puertas abiertas de par en par. Y seguro que a los buenos hoteles y restaurantes que ya existen vendrán a añadirse otros en los próximos años. Pero el turismo no ha alcanzado todavía un gran protagonismo en la actividad económica. Sigue siendo la agricultura, junto al comercio, y por supuesto la construcción, el sector en el que Guadix basa su renta. En el resto de la comarca la agricultura también sigue teniendo mucho peso: cereal, almendro, olivo, oveja, cabra, cerdo, granjas de pollos y, en menor medida, ganado vacuno, frutales y hortalizas, constituyen los recursos principales.

A la derecha, castillo de La Calahorra. Bajo estas líneas, Gorafe, y en la foto pequeña, Jerez de El Marquesado.

La comarca se extiende por una gran llanura dedicada en su mayor parte al cultivo de secano, con predominio de grandes fincas, y justamente en torno a la ciudad de Guadix, y en una hoya perfectamente dibujada, cuenta con una fértil zona de regadío donde hasta hace poco se cultivaba casi en exclusiva el melocotón. En el regadío la propiedad está muy repartida, lo cual a veces impide un mayor rendimiento. Por lo demás, el melocotón sale de allí sin transformación alguna, destinado en un 95% a las empresas de elaboración de zumos o confituras de Murcia. El clima peculiar de Guadix produce un melocotón muy dulce, que en los mercados goza de mucho aprecio, pero la estacionalidad de la producción le resta a esta fruta rentabilidad frente a otros cultivos, y durante los últimos años se ven cada vez más olivos y también álamos, que se utilizan para madera.

Una de las pocas actividades industriales surgidas en torno a la agricultura en la comarca es la fabricación, con la madera de los álamos, de cajas para la fruta. Existen varias fábricas, sobre todo en Purullena y Benalúa, y en ellas encuentran muchos jóvenes, cortando y ensamblando tablillas,



Al mencionar el nombre de Guadix, todo el mundo piensa en las cuevas habitadas, esas viviendas singulares que apenas se ven en otro lugar. Hoy, convertidas muchas de ellas en apartamentos y hoteles, representan sin duda uno de los atractivos de la comarca. Pero más allá de las cuevas, estas tierras de la provincia de Granada cuentan con un patrimonio y unos recursos de excepción aún poco explotados. El turismo ofrece grandes posibilidades de desarrollo, al igual que la industria agroalimentaria o la de la madera y el mueble, que pueden disponer de excelentes materias primas. En estos años van surgiendo iniciativas en uno u otro sector, aunque se echan en falta más.



un primer empleo. También hay que mencionar la elaboración de embutidos de muy buena calidad en varios municipios, y volviendo al melocotón, las tres cooperativas agrarias, una en Purullena y otra dos en Benalúa, donde trabajan unas decenas de personas.

Estos dos municipios, Purullena y Benalúa, colindantes con Guadix —separados apenas por seis o siete kilómetros— muestran desde hace ya muchos años una gran iniciativa empresarial pese a su escaso número de habitantes: en torno a los 3.000. En el colegio de Benalúa se puede ver en los recreos un auténtico enjambre de niños, algo no muy frecuente en los núcleos rurales de su tamaño, y, como otro indicador importante de su crecimiento, también se observan numerosas edificaciones en construcción.

La historia de Benalúa como pequeño núcleo industrial arranca de principios del siglo XX, y está ligada a las inversiones de la familia Figueres, impulsora del imponente ingenio del azúcar, así como de esparteras, una fábrica de ladrillos y otras varias empresas. Aquella familia despertó entre sus vecinos un espíritu emprendedor

que ha llegado hasta nuestros días. En la actualidad pueden verse, por ejemplo, varias fábricas de muebles de cocina, empresas de embutidos e incluso una cooperativa que fabrica ladrillos. Alguien monta un negocio que va bien, y al amparo de esa idea surgen luego otras fábricas.

Purullena, travesía importante antes de la inauguración de la A-92, aún sigue manteniendo, como estandarte de su pujante actividad, las tiendas y muestrarios de cerámica que le dieron fama.

De todas formas, las industrias que se cuentan en la comarca en la actualidad, todas de pocos trabajadores, no alcanzan a reducir significativamente el elevado desempleo, consecuencia del progresivo abandono de la agricultura.

Al escuchar al ingeniero del grupo de Desarrollo Antonio Román enumerar los muchos recursos con que cuenta la comarca de Guadix, es razonable creer que a poco que surjan iniciativas esta comarca debe alcanzar un desarrollo intenso y armonioso durante los próximos años. Según cuenta, incluso el esparto, muy ligado a la zona, es reclamado hoy por empresas de telecomunicaciones como una materia prima de

gran utilidad. Y si la producción agrícola se transformara allí, al menos en parte, el panorama económico experimentaría un profundo cambio.

De momento, es el sector del turismo el que muestra mejores perspectivas en el aprovechamiento de sus recursos, extraordinarios por otra parte. Cuenta con una variedad de ecosistemas y paisajes excepcional, con pueblos bien conservados, con un patrimonio histórico muy rico —es la zona con más monumentos megalíticos de España—, y además está cerca de Granada y muy bien conectada con otras ciudades importantes. A ello hay que añadir una oferta de servicios y actividades muy completa. Desde el parapente o el esquí de fondo hasta el automovilismo, la vela o el tiro con arco en modalidad de bosque, en el campo de tiro del Club de Arqueros de Purullena, no hay deporte que no se pueda practicar allí. Un circuito de velocidad, dos pantanos, una estación de esquí de fondo en La Ragua, senderos... Además, dos famosos balnearios.

La gran meseta sobre la que se asienta este territorio, situada entre 700 y 1.000 metros de altitud, está jalonada por una depre-



Municipios y población

MUNICIPIOS	1950	1998
Alamedilla	3019	953
Albuñán	1023	486
Aldeire	2118	789
Alicun de Ortega	1389	727
Alquife	1699	962
Beas de Guadix	870	389
Benalua	4016	3339
Cogollos De Guadix	1543	768
Cortes y Graena	1769	1013
Darro	1931	1521
Dehesas de Guadix	1873	694
Diezma	1889	945
Dólar	1401	643
Ferreira	1010	375
Fonelas	2790	1286
Gobernador	614	390
Gor	6113	1165
Gorafe	1427	581
Guadix	30532	20322
Huelago	1588	644
Hueneja	3074	1277
Jerez del Marquesado	3038	1174
Calahorra (La)	1969	927
Lanteira	1516	669
Lugros	1166	412
Marchal	749	439
Morelabor	2496	917
Pedro-Martínez	4865	1499
Peza (La)	2853	1450
Policar	481	254
Purullena	3173	2068
Valle de Zalabi	4272	2417
Villanueva de las Torres	2173	965
Total Comarca	100439	52460
Granada	793338	801177
Andalucía	5647244	7236459

Fuente: Elaboración Grupo de Desarrollo a partir del Censo de 1950 y la Renovación Padronal de 1998. SIMA.IEA

ALGUNOS DATOS DE INTERÉS

- La Comarca de Guadix se encuentra en la Depresión Intrabética, espacio entre las cordilleras subbéticas y penibéticas. Está formada por 33 municipios y tiene una extensión total de 2.152 km².
- El clima tiene un marcado carácter continental, puesto que Sierra Nevada impide la influencia marítima.
- El emplazamiento de la comarca, al pie de los llamados castillos béticos, proporciona aguas abundantes y de muy buena calidad.
- La comarca presenta una gran variedad agrológica, distinguiéndose cuatro grandes ambientes: Serranías Subbéticas, al norte; hoyas y valles fluviales, Altiplano y Sierras Penibéticas, al sur de la comarca.
- En las faldas de Sierra Nevada, a manera de oasis y junto a los barrancos portadores del agua, se sitúan las villas de El marquesado. Vegas, gruesos castaños, nogueras, moreras y almendros embellecen su entorno.
- Excavaciones arqueológicas realizadas en distintas zonas han puesto de manifiesto asentamientos del hombre de Neandertal, del Paleolítico Superior y de la Edad de los Metales.
- Guadix tuvo un importante papel en la red romana de calzadas ya que por ella discurría la vía Augusta.
- La comarca sigue siendo, hoy por hoy, un entorno eminentemente rural en el que el agro se encuentra fuertemente protegido gracias a las subvenciones que recibe de la P.A.C.
- En cuanto al ganado, predomina el ovino, ovino segureño, una raza autóctona, común en las comarcas de Guadix y Baza, que desde el punto de vista gastronómico, resulta extraordinaria.
- El queso de La Calahorra, único en Andalucía elaborado a partir de leche de oveja, ha gozado siempre de una gran reputación.
- En los últimos años han surgido numerosas granjas de pollos, unas 40 en toda la comarca, ubicadas sobre todo en los términos de Albuñán, Charches y Dólar. Las granjas están integradas a la hora de la distribución en mataderos de Guadix (Avigenil y otras).
- Según el número de empresas, el mapa industrial de la comarca tiene el siguiente perfil: transformación agroalimentaria, 25,71% del total; industria de la madera y el mueble, 21,43%; producción de minerales no metálicos, 12,55%, y la fabricación de productos metálicos, 12,86 %.
- El sector oleícola adquiere gran repercusión en la comarca, sobre todo en la zona de los Montes (12 municipios), inserta totalmente en una Denominación de Origen.
- Aunque con muchos problemas, debido a su escasa dimensión y a baja productividad, subsisten en buena parte de los municipios de la comarca actividades artesanales (cerámica, alfarería, forja, fibras vegetales, bordados, etc) que convendría conservar y revitalizar, ya que tienden a desaparecer, al no poder competir con productos similares de fabricación industrial.



sión, que a modo de cañón discurre desde las estribaciones de Sierra Nevada en El Marquesado del Zenete hacia el norte, creando un paisaje espectacular y único. Y alrededor se localizan nada menos que tres montañosos parques naturales, algunos metidos bien dentro de la comarca y otros acariciándola apenas: al este el parque de la Sierra de Baza, al sur las estribaciones de Sierra Nevada, que dan la espalda a La Alpujarra; y al noroeste, el parque de Huétor-Santillán.

En cuanto al patrimonio cultural, al margen de los magníficos monumentos de Guadix, hay que destacar el conjunto de dólmenes diseminados en pleno cañón en torno al hermoso pueblo de Gorafe, o el espléndido castillo de La Calahorra, situado en la zona de El Marquesado, sobre una colina que se ofrece a la vista desde muy lejos. El castillo —un castillo-palacio— se construyó entre 1509 y 1512, en un estilo italianizante, y se considera uno

de los de mayor interés del Renacimiento español.

Si se continúa de ruta por El Marquesado, van surgiendo pueblos pequeños de calles y casas bien conservadas, similares en muchos de sus elementos a las de La Alpujarra. También aparecen a un lado de la carretera la célebre mina de Alquife, en tiempos entre las importantes de producción de hierro de España, y abandonada hace unos años por falta de rentabilidad. Se tra-

ta de una mina a cielo abierto, con un hoyo de más de cien metros que el agua ha ido transformando en pantano desde que cesaron los trabajos. En torno al hoyo: el poblado donde vivían los mineros, con sus casas oscuras, construidas al gusto de los ingleses a principios del siglo XX. Se trata de un curioso y atrayente lugar, donde la vegetación ha crecido abundantemente. En esta mina se ruedan numerosos anuncios publicitarios, y no hace falta ser demasiado listo para comprender la potencialidad turística que tiene. El recorrido por El Marquesado puede muy bien concluir en Jeres, un pueblo bien vestido que surge al pie de las frías montañas de Sierra Nevada, en un frondoso rincón, ya de vuelta hacia Guadix.

De todo, lo que más se conoce de Guadix son las casas construidas en cuevas. Esto es por el momento lo que el turismo encuentra como elemento diferencial en la zona. Y es verdad que estas construcciones merecen, por sí solas, una atenta visita. Hay cientos en la zona que bordea la Hoya de Guadix, incrustadas en un terreno arcilloso que se deja moldear con facilidad. Dicen que fueron los árabes, al huir, quienes iniciaron la construcción de estas peculiares viviendas, pero sea o no cierto el hecho es que se vive en ellas desde hace muchos siglos. Y en los últimos años están disfrutando de su particular *boom* inmobiliario, una vez se han puesto de moda entre las clases acomodadas. Si antes se consideraban viviendas humildes, hoy se pueden encontrar muchas acondicionadas con todo lujo, y los precios, consecuentemente, se han disparado.

Para los visitantes, hay varios hoteles y apartamentos en cuevas de gran calidad, semejantes a cualquier otro establecimiento de su categoría pero con alguna peculiaridad que les otorga ventaja: las cuevas están más protegidas y mejor aisladas que una vivienda habitual, y los problemas de humedad que podían tener antes por la falta de ventilación, han sido solucionándose con ventanas y chimeneas por donde circula bien el aire. Otra ventaja, al menos para quien busque tranquilidad, es el silencio, total dentro de una cueva. Y en cuanto a instalaciones, no se echa en falta absolutamente nada.

EL GRUPO DE DESARROLLO

El Grupo de desarrollo se constituyó como Líder Comarca de Guadix, S.L. en 1994 por los 33 municipios de la Comarca, con el 51% de las acciones, y la Asociación de empresarios de la comarca de Guadix con el 49%.



En los años que lleva funcionando ha gestionado los siguientes programas y actuaciones:

- Iniciativa Comunitaria Leader II (vigencia de 1995 a 2001): 189 proyectos aprobados. Resultados finales (en pts): Coste global: 2.074.091.963; Total gasto público: 1.004.964.283; UE: 662.835.594; Total Adm. Nac.: 342.128.689; Adm. Central: 142.600.500; Adm. Autonómica: 146.270.288; Adm. Local: 53.257.901; Financ. Privada: 1.069.127.680.
- Iniciativa Comunitaria Empleo-Integra. Gestionamos en los años 1998 y 1999 el proyecto ROMPIENDO INERCIA que tenía como finalidad ensayar un modelo de intervención para la formación e inserción en el colectivo de jóvenes gitanos
- Acciones encaminadas a mostrar el potencial de desarrollo que encierra la comarca, dirigidas a entes públicos locales (ayuntamientos, mancomunidades), entidades privadas (asociaciones de distinto tipo) y a la población en general.
- Acciones encaminadas a llamar la atención de organismos privados (entidades financieras, fundaciones diversas, etc.) o públicos supracomarciales, tales como el INEM, las Delegaciones Provinciales de las Consejerías de la Junta de Andalucía, la Diputación, etc. sobre las carencias que sufre actualmente la comarca y de las posibilidades que encierra la puesta en valor de sus recursos, con el fin de demandarles una implicación activa dentro de las competencias y las posibilidades económicas de cada uno en la planificación del futuro de la Comarca de Guadix.
- Se ha fomentado el asociacionismo y la cooperación como herramientas básicas de supervivencia en el medio rural. En este sentido cabe destacar entre otras actuaciones el trabajo desarrollado para la constitución de la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Guadix. Así mismo se ha trabajado de forma considerable con dos colectivos que el grupo considera de especial importancia en la comarca, los jóvenes y las mujeres.
- A lo largo de estos años se ha consolidado en el trabajo del Grupo una metodología pro-activa en su mayor parte, es decir, el grupo ha lanzado ideas de proyectos que consideraba necesarios acometer en base a su conocimiento de la Comarca y la respuesta ha sido muy positiva.

PERSONAL Y MEDIOS

En la actualidad la plantilla del Grupo está formada por un gerente, un técnico, dos técnicas administrativas y un responsable administrativo financiero. En cuanto a medios disponibles por el Grupo, actualmente poseemos unas instalaciones ubicadas en una nave de la antigua azucarera de Guadix, con planta baja de 550 m² y planta 1ª de 300 m². Esta nave se ha rehabilitado recientemente para albergar la sede del Grupo. Las instalaciones disponen de un área administrativa, aula informática, sala de juntas, biblioteca y salón de actos.

FUTURO

En el año 1999 se constituyó la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Guadix como heredera del anterior grupo y encargada en el futuro de articular y gestionar todos los programas de desarrollo en la comarca. Actualmente esta compuesta por 197 socios, entre los que se cuentan los 33 ayuntamientos de la comarca; los sindicatos UGT, CCOO, UPA y ASAJA; 131 empresas de la comarca y diferentes asociaciones de mujeres, jóvenes, profesionales, etc. En cuanto a la perspectiva de nuevos programas, tenemos ya aprobada la Iniciativa Comunitaria LEADER + y el PRODERA, y se está a la espera de la resolución de otros que también se han solicitado, como INTERREG y EQUAL.

El proceso de construcción resulta de gran interés. Normalmente se abre un agujero estrecho en la montaña y se horada como una galería, hacia el fondo y hacia los laterales, abriendo las diferentes dependencias, hasta que se considera que ya se ha alcanzado el espacio necesario. Más adelante, si se necesita ampliar se puede seguir agrandando el hueco, de modo que el proceso de construcción siempre queda abierto. Los techos deben tener forma abovedada, para

que la fuerza que ejerce la tierra sobre los habitáculos esté bien repartida y se eviten derrumbamientos. Los muros de arcilla, sin aparente consistencia, se convierten en pura roca en cuanto les da el aire y reciben la cal. Todo un mundo el de las viviendas en cuevas, pero más allá, en este espléndido lugar, es posible descubrir otros muchos mundos llenos de interés, para visitar y para poner en marcha cualquier tipo de empresa.

J.M.S.R.

South West Mayo Programa irlandés

Gerry O'Neil

Gerente del Grupo de Desarrollo de
South West Mayo

Pese a las empresas de alta tecnología y el impresionante progreso económico de los últimos años, Irlanda sigue siendo un país predominantemente rural, con poblaciones de escaso tamaño y costumbres ligadas a la vida de campo. Esa mezcla de economía avanzada y vida rural convierte al país en un modelo de lo que puede representar un desarrollo sostenible. En estas páginas se recoge la experiencia y los proyectos del Grupo de Desarrollo Rural de la comarca de South West Mayo, un idílico lugar de la costa occidental.



El famoso pub Matt Molloy's, en Westport. A la derecha, la calle más animada de Clifden.

El 28 de julio de 2002 me encontré con una visita en la oficina. Algo normal como se puede comprender, pero en esta ocasión el visitante era diferente. Se presentó como José María Sánchez-Robles, con dirección en Marbella. Estaba de vacaciones en Irlanda. Es frecuente que los irlandeses vayamos de vacaciones a Marbella, pero era la primera vez que conocía a alguien de Marbella ¡de vacaciones en el oeste de Irlanda!

El señor Sánchez-Robles me habló sobre su trabajo en la revista ARA Tierra Sur, y me manifestó su interés en recibir información acerca de los programas de desarrollo rural en Irlanda. El resultado de aquella conversación es este artículo que me pidió para su publicación en la revista ARA Tierra Sur.

La población ha crecido durante los últimos años, pero el crecimiento se ha producido exclusivamente en torno a los pueblos o ciudades más grandes. Por el contrario, en las zonas rurales más aisladas y alejadas está descendiendo el número de habitantes

El Grupo de Desarrollo Rural

El Grupo de Desarrollo Rural de South West Mayo se creó en 1991 para gestionar el programa piloto Leader. Después gestionó también Leader II en la comarca y ahora está comprometido en la gestión del Programa Nacional de Desarrollo Rural, que es un programa de naturaleza muy similar a Leader +. El Grupo se ocupa también del Programa Local de Integración Social, cuyo objetivo es apoyar de modo específico a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, como por ejemplo las personas con discapacidades, desempleados de larga duración, pequeños granjeros, jóvenes con riesgo de abandonar la escuela, así como refugiados, personas que buscan asilo y personas que viajan de un lugar a otro y no disponen de un domicilio.

La zona en la que trabajamos se encuentra en la costa oeste de Irlanda y cuenta con una población de 58.192 habitantes, según el censo de 2002 (en el censo de 1996 se censaron 52.537). La densidad de población es aproximadamente de 21 personas por kilómetro cuadrado, y más de las tres cuartas

partes de los habitantes viven en pueblos muy pequeños o en el campo. Las dos poblaciones más importantes son Castlebar y Westport, con unos 12.000 habitantes entre las dos. Castlebar es la capital administrativa del condado de Mayo, y Westport es el principal destino turístico.

La población ha crecido durante los últimos años, pero el crecimiento se ha producido exclusivamente en torno a los pueblos o ciudades más grandes. Por el contrario, en las zonas rurales más aisladas y alejadas de los núcleos urbanos importantes está descendiendo el número de habitantes. Además, cuando estén disponibles los datos del censo relativos al perfil de la población, creo que van a mostrar un crecimiento de las personas de mayor edad y un descenso de quienes están en edad de trabajar en las áreas más remotas.

La economía agraria en esta comarca es muy diferente de la andaluza, ya que se basa en el ganado ovino y vacuno, y en una pequeña producción de leche. Como en todas partes, también en South West Mayo están descendiendo las rentas agrí-



colas. Por otra parte, hay pocos tierras cultivables debido a su baja calidad y al clima, excesivamente húmedo. Y aunque la comarca tiene un buen número de kilómetros de costa, la actividad pesquera, desde el punto de vista económico y comercial, es muy escasa. No existe ningún puerto con capacidad para albergar grandes barcos pesqueros, así que el aprovechamiento de los recursos marinos se limita a pequeñas piscifactorías, donde se crían principalmente mejillones y ostras del Pacífico, además de salmón y trucha.

Programa de Desarrollo Rural

El programa de Desarrollo Rural de la comarca de South West Mayo tiene tres objetivos principales:

1. El desarrollo de las comunidades rurales.
2. El desarrollo del turismo rural.
3. La implantación de empresas en zonas rurales.

Desarrollo de comunidades rurales

El Grupo ve el desarrollo de las comunidades rurales como su labor prioritaria dentro del programa, una labor para la que contratamos un equipo de animadores que trabajan con grupos de habitantes de pequeños pueblos, con asociaciones de desarrollo y agrupaciones que defienden intereses comunes, colaborando con ellos en el análisis de su situación y desarrollando un plan de actividades que contribuyan a satisfacer las necesidades de cada uno de los sectores de la población, dentro del pueblo o la aldea.

Las subvenciones van destinadas a proyectos que favorezcan el desarrollo de este proceso. Un proyecto típico podría tener

Un proyecto típico podría tener como finalidad que los niños, personas mayores y discapacitados no tropiecen con barreras en su pueblo que les impidan moverse con normalidad

como finalidad que los niños, personas mayores y discapacitados no tropiecen con barreras en su pueblo que les impidan moverse con normalidad. La meta es capacitar a las aldeas locales y a las pequeñas ciudades para que puedan disponer de facilidades y servicios que les permitan asegurar el mantenimiento de la población. Junto a ello, y con la misma intensidad, se persigue el desarrollo de la capacidad de organización en estas pequeñas asociaciones rurales con el fin de contribuir a mejorar las condiciones de vida en cada zona.

South West Mayo es una comarca afortunada porque todavía mantiene el medio ambiente escasamente contaminado: buena parte de su territorio se encuentra protegido por normas jurídicas medioambientales de la UE o de Irlanda. Al amparo del Programa de Desarrollo Rural se concede apoyo a las comunidades de vecinos para que mejoren sus pueblos, poniendo especial énfasis

establecidos en el proceso de animación de la comunidad expuesto más arriba.

- Los cursos de iniciación o de profundización para profesionales del turismo rural también pueden ser subvencionados.

La prioridad, en definitiva, es apoyar las iniciativas y proyectos turísticos pensados para las zonas menos desarrolladas, más auténticas y menos degradadas de la comarca.

Apoyo a las empresas de zonas rurales

El Grupo de Desarrollo de South West Mayo apoya y subvenciona, como parte de su Programa, las siguientes empresas:

- Las que ofrezcan servicios locales y contribuyan a crear empleo en las zonas rurales.
- Las empresas o cooperativas que exploten los recursos marinos.
- Las que trabajen en cualquier actividad que obtenga provecho de los recursos locales, como por ejemplo las que desarrollen planes de *marketing* para los productos agroalimentarios, incluyendo entre ellos el pescado.
- Las empresas dedicadas a la agricultura ecológica y su promoción que desarrollan su actividad en cooperación con la Asociación de Granjeros y Agricultores Ecológicos Irlandeses y los Agricultores Ecológicos de Mayo.

- Por último, se están explorando las posibilidades de obtener energía en las granjas y en la producción de fibra.

El apoyo a las empresas se concreta en asesoramiento empresarial, subvenciones para inversión de capital y *marketing*, cursos de aprendizaje y colaboración en la investigación y el desarrollo.



Paisaje de la isla de Achill. A la derecha, una imagen de Newport.

Vacaciones en el Oeste de Irlanda

Pocos días antes de viajar a Irlanda vi en televisión un magnífico reportaje sobre el director de cine Jonh Huston, centrado sobre todo en los muchos años —si no recuerdo mal, unos veinte— que vivió en este país de sus antepasados, en el campo, en una gran mansión próxima a la ciudad de Galway. Esa zona, algunas decenas de kilómetros más al norte, es la que íbamos a visitar. El reportaje hablaba de la gran afición a los caballos de la gente

de la región y en general de todos los irlandeses. También, de la caza, de la pesca, de ejercicios y actividades que regala al hombre la naturaleza cuando no tiene no enfermedades graves. Creo que aquel documental, de espléndidas imágenes, reflejaba a la perfección los atractivos de Irlanda, que contrariamente a lo que parece una opinión bastante extendida, no son fáciles de apreciar. Esta tierra no entra como una canción de verano; exige atención y algo de tiempo, hasta que los muchos matices de la luz, de los prados y del aire húmedo y fresco empiezan a hacerse notar, y entonces lo que resultaba un paisaje un tanto monótono se ve con ojos entusiastas y complacidos.

De la región del oeste de Irlanda, y en concreto de esta comarca denominada South West Mayo, se puede decir que aún permanece en estado de gracia. Le pregunté a Gerry O'Neil, gerente del grupo de Desarrollo, cómo era posible que en un lugar como aquel no hubiera miles de visitantes ocupando hasta el último rincón, y como si resultara muy obvio, me contestó: "El clima. Lluve mucho. No suele hacer frío ni siquiera en invierno —apenas una semana de nieves— pero llueve mucho". A mí, aquel clima suave en pleno mes de julio me parecía una bendición. Días semejantes a los del norte de España —el Cantábrico— con uno, dos, quizá tres grados menos. Quienes buscan en las vacaciones un lugar donde no pasar calor, donde ofrecerle buenos paisajes a la vista, dormir sin ruido, dar largos paseos, viajar por carreteras estrechas, pescar, tomar unas cervezas entre gente simpática y afable, en un pub con músicos, deben conocer esta parte del mundo.

José María Sánchez-Robles

fasis en la preservación del entorno natural, así como del patrimonio arquitectónico y las edificaciones tradicionales. También se trata de estimular la conservación y el desarrollo de la cultura tradicional de la población.

Turismo rural

Sobre la base de las inversiones realizadas con los programas LEADER y LEADER II en alojamientos e instalaciones, se está poniendo en marcha un programa de desarrollo de agroturismo y turismo rural, incluido en el Programa Nacional de Desarrollo Rural. Incluye las siguientes tareas:

- Un programa de *marketing* fácil de comprender, basado en la calidad.
- El desarrollo y promoción de nuevas actividades rurales, que se estimula con subvenciones a la inversión de capital y a los gastos de marketing.
- Los productos y servicios basados en el agroturismo o turismo de granja también se apoyan y subvencionan.
- El desarrollo y expansión del uso de centros colectivos utilizados para informar, celebrar asambleas, o bien como cafés y aseos para viajes organizados pueden ser subvencionados si responden a los objeti-

'Granja Pocitana'

Explotación familiar en Argentina

Nuestra empresa familiar, situada en Pocito (San Juan), nace en 1996, con la intención de buscarle rentabilidad a la actividad olivícola. Somos productores de aceituna desde 1944. La explotación olivarera tiene 20 hectáreas, una extensión muy pequeña en el ámbito argentino, si bien toda se halla puesta en regadío. La actividad industrial se maneja al margen de la actividad productiva básica, con el fin de lograr una mayor rentabilidad en ambas. Los primeros pasos se dieron elaborando solamente una muy pequeña cantidad de aceituna (6.000 kg./año) y en nuestro primer año de vida esa cantidad se agotó.

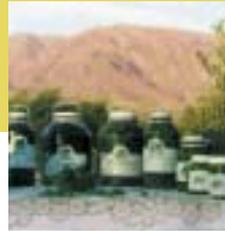
Hoy día estamos elaborando 50.000 kg./año entre aceitunas verdes, negras y aceite de oliva. En lo que respecta a la elaboración de aceitunas verdes y negras, el primer año se contrató personal técnico externo; luego lo venimos realizando nosotros mismos con conocimientos adquiridos durante los estudios de Ingeniero Agrónomo y a través de propias experiencias. La elaboración de aceite de oliva se hace en colaboración con otra pequeña empresa que solo posee fábrica de aceite de oliva. Nosotros le pagamos la elaboración del aceite entregándole aceitunas verdes elaboradas. Y con este acuerdo nos beneficiamos las dos empresas: ahora tanto nosotros como ellos poseemos aceitunas verdes elaboradas y aceite de oliva.

Actualmente elaboramos solo el 30% de las aceitunas producidas en la finca; el resto se vende en verde a terceros.

Las variedades de aceituna que abarcamos son:

- Para aceituna verde: *Arauco* (variedad típica de Argentina).

Un ingeniero agrónomo ha enviado a ARA Tierra Sur este artículo sobre su trabajo al frente de una empresa de producción de aceitunas en Pocito, dentro de la provincia argentina de San Juan.



- Para aceituna negra: *Changlot Real*.

- Para aceite de oliva: *Arbequina*.

Desde un primer momento hemos estado en contacto con organizaciones públicas como por ejemplo C.F.I (Consejo Federal de Inversiones), que nos ayuda con temas de inversiones y nos imparte cursos de marketing, comercialización, exportación, etc. Esta entidad organiza ferias en algunos puntos de veraneo o en fiestas provinciales, en las cuales nos proveen de un stand para exponer y vender nuestros productos en varias provincias argentinas, así como para establecer relaciones comerciales con clientes de dichos sitios.

Al ser una pequeña empresa, nuestro mayor problema es la falta de capital, pero tenemos a favor que la toma de decisiones es rápida, y para tratar de decidir correctamente es por lo que estamos permanentemente capacitándonos (cursos, talleres y masters incluso en el extranjero, como el de Olivicultura y Elaiotecnia en España).

En lo que respecta a la estrategia comercial, actualmente todos los productos se venden con una sola marca, que es 'Granja Pocitana'. Se eligió ese nombre para dar imagen de una empresa pequeña, y porque Pocito es el departamento que más olivos posee de San Juan. En un futuro tenemos pensado incorporar otra marca para atender a otro sector de la población con menos recursos. En estos momentos vendemos en los mejores restaurantes de la

provincia y apuntamos al sector de más ingresos. Como Argentina es uno de los mayores productores de aceites vegetales sustitutos del de oliva, hay un diferencial grande de precios entre unos y otros aceites y solo consumen aceite de oliva las personas de alta renta.

La parte de la imagen corporativa la desarrolla Copigraf Ltda., que es una empresa publicista perteneciente a familiares, muy bien posicionada en Chile. Al tener esta posibilidad de relación de confianza los

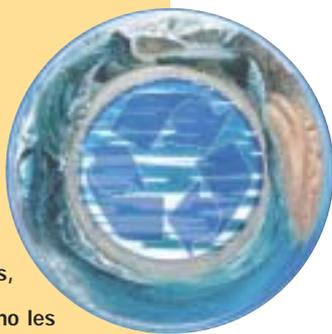
costes de publicidad son muy bajos. La gestión de ventas se hace con los clientes directamente para el caso de los que están en la provincia, y contra reembolso para los de las demás provincias.

También estamos presentes en la mayor cadena de supermercados de Argentina, pero vendemos a nivel provincial solamente. En esta última opción de venta, la rentabilidad está dada por los beneficios de comunicación de imagen solamente, puesto que la política de compras y pagos es demasiado agresiva y hacen que la rentabilidad sea casi nula. Nuestras metas para el futuro son: elaborar el 100% de las aceitunas que producimos y tener una pequeña fábrica de aceite de oliva.

Leonardo Moral Torés
Ingeniero Agrónomo

EOLSS, una enciclopedia sobre los sistemas que posibilitan y favorecen la vida

Más allá de los grandes discursos y de los acuerdos, de la Cumbre de la Tierra de Johannesburgo se pueden destacar muchos actos de gran interés, aunque los medios de comunicación españoles no les hayan dedicado la mucha atención. Por ejemplo, la presentación de la enciclopedia EOLSS sobre los sistemas que hacen posible la vida', es decir, sobre los sistemas, tanto los naturales como los creados por el hombre, que favorecen una vida sostenible en la



biosfera. Se trata de una publicación, patrocinada por la Unesco, en la que han participado 450 científicos de todo el mundo —entre ellos 15 premios nobel— de las más diversas materias, todas orientadas directamente a la supervivencia del hombre y del planeta.



La difusión de esta enciclopedia, publicada sin ánimo de lucro, figura entre los principales proyectos de la Unesco para los próximos años. Economía, ecología, física, química, medicina, tecnología, matemáticas, cualquiera de las disciplinas en las que el hombre ha clasificado su conocimiento y estudio encuentran en EOLSS un espacio desde la particular, y original, perspectiva del desarrollo sostenible. Cada materia se estudia desde un punto de vista histórico, desde que surge como conocimiento, mostrándose luego sus avances y el estado actual de la investigación, con las discusiones y debates más destacables, y por último se recogen las perspectivas y previsiones para el futuro. EOLSS pretende ser de utilidad general, si bien los editores han establecido como principales destinatarios cinco grupos profesionales, institucionales o sociales: universidades, educadores interesados en el desarrollo sostenible, profesionales y especialistas con intereses en las respectivas materias tratadas, investigadores y todos aquellos que tienen responsabilidades sociales, en la vida política, en ONGs o bien el sector privado. Si alguien desea más información sobre esta enciclopedia puede dirigirse a la web 'eolss.com'.

ARTESANOS DE LA ALPUJARRA

La Asociación de Artesanos de La Alpujarra acaba de publicar un catálogo que recoge todos los talleres de la comarca, con varias páginas dedicadas a cada uno de ellos que incluyen fotografías del artesano y sus producciones así como una extensa nota donde se da cuenta de su vida y obra. El libro, que se abre, en su página cinco, con un hermoso paisaje en blanco y negro, trata de acercarse en la introducción al concepto de artesanía, para adentrarse luego en la delimitación y descripción geográfica de La Alpujarra. A continuación se presentan, a modo de fichas, los diferentes talleres con comentarios artísticos e históricos. Por último, se incluye un apartado con datos técnicos, que permiten su localización.

Libro útil desde todos los puntos de vista: por su valor documental y recopilatorio, por su valor cultural y naturalmente por su contribución al desarrollo económico de la comarca, difundiendo la producción de sus artesanos. Un trabajo por el que hay que felicitar a esta asociación que con tanto empeño trabaja en favor de la artesanía.



PRODER CAMPIÑA ALCORES

El Proder Campiña Alcores (Asociación para el desarrollo de La Campiña-Alcores) ha publicado recientemente su memoria de gestión 1997-2001, además de un CDROM y un vídeo donde se recoge también información sobre los trabajos realizados en estos años. El acertado diseño de la memoria permite al lector pasar revista con rapidez a los distintos proyectos, presentados todos en fichas muy claras. Cuatro proyectos en cada página, con un campo para el promotor, y otros para el municipio, la inversión, para el título o encabezamiento del proyecto y, por último, para una descripción del mismo. En formato de revista, la memoria incluye junto con los proyectos una información práctica y de gran valor para quienes pretender obtener beneficios del Proder y del Grupo de Desarrollo (de cualquier Proder y cualquier Grupo de Desarrollo). Con un lenguaje directo y fácil de entender se explica en los capítulos introductorios de la memoria lo que es el Proder, cómo funciona, quiénes forman el Proder Campiña Alcores, qué ha hecho por la comarca, qué va a ocurrir con el Proder en el futuro, y quién evalúa al Proder. Se trata de una publicación que sin duda agradecerán los vecinos de la comarca y también los trabajadores del Grupo, que tienen en ella un buen instrumento para informar.



PUBLICACIONES DE LA COMARCA DE GUADIX

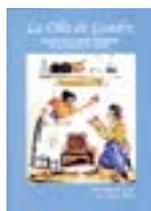
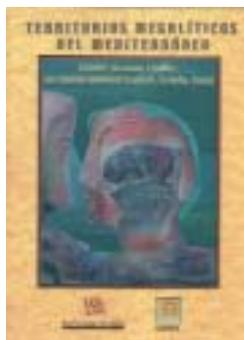
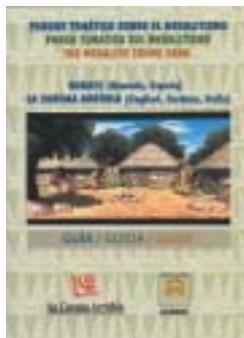
Coincidiendo con el artículo que se incluye en este número de la revista ARA Tierra Sur sobre la comarca de Guadix, hemos querido reseñar algunas de las publicaciones que a lo largo de estos últimos años ha editado el Grupo de Desarrollo Rural. Resultan de particular interés las dedicadas a los vestigios megalíticos de Gorafe o al megalitismo en general. Una de estas publicaciones trata sobre los territorios megalíticos del Mediterráneo: Gorafe, en la comarca de Guadix, y Sa Corona Arrubia, en Cagliari (Cerdeña). Es un trabajo descriptivo e histórico muy ambicioso, que explica pormenorizadamente lo que representan estas tumbas funerarias y lo que representan hoy en día como vestigios arqueológicos. Con profusa bibliografía e ilustraciones en color —fotografías, mapas y dibujos—, el libro, de gran tamaño, alcanza las 150 páginas. Los textos están escritos en castellano e inglés.

Este mismo tema del megalitismo de Gorafe y Sa Corona Arrubia aparece abordado en otro libro desde la perspectiva del parque temático, es decir, del territorio donde se encuentran los megalitos, un espacio en la actualidad habilitado para que los visitantes puedan contemplar *sobre el terreno* estas misteriosas tumbas. Además de las tumbas, la publicación dedica un breve espacio a atender la fauna y el paisaje de la zona, y en el caso de Gorafe, incluye varias rutas para visitar los megalitos de la mejor forma posible.

Un CDROM cierra, por último, las publicaciones dedicadas a estos vestigios. Titulado así: 'Vestigios megalíticos en el valle del río Gor', permite seguir a través de mapas, y mediante un buen sistema de navegación, los puntos donde se localizan los megalitos en cada ruta.

La olla de Guadix. Poco tiene que ver esta publicación con las anteriores. 'La olla de Guadix' es un recetario de cocina tradicional con infinidad de platos de la comarca. Las recetas, redactadas en muchos casos al hilo de las palabras de los vecinos, se dejan leer con gusto por su espontaneidad y por su precisión. El diseño, añejo, un tanto arcaizante y de estirpe rural, ayuda a disfrutar del libro como si fuera uno de los platos que reseña. Bonitos dibujos de frutos, animales y de todo lo que viene al caso, y alguna foto, por supuesto en blanco y negro, sirven para condimentar este estupendo manual que aborda la cocina en sus mil posibilidades. Las recetas, por cierto, se presentan con nombre de autor. Un acierto más.

Guía turística. El Grupo de Desarrollo ha publicado también una guía turística donde se ofrece una completa información de la comarca, en todos sus aspectos. La guía, que organiza la información a través de una serie de rutas, incluye numerosas fotos en color y planos encartados de la comarca y de la ciudad de Guadix.



Andaluciarural.org

EL PORTAL DE LA ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE ANDALUCÍA

El portal de la Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA) presenta desde hace unas semanas una imagen renovada, con nuevas secciones, más información en sus páginas y nuevo diseño. Concebido fundamentalmente como un instrumento informativo al servicio de los grupos de desarrollo rural andaluces, el portal recoge legislación, ayudas, noticias, artículos y bibliografía sobre desarrollo rural, así como numerosos enlaces que permiten al visitante conocer los portales, institucionales y empresariales, relacionados con esta materia. Cualquier persona interesada en el desarrollo rural andaluz tiene en andaluciarural.org su portal de referencia. Para los emprendedores que busquen invertir representa también una dirección sumamente útil.

La web se actualiza constantemente pero no es una web de actualidad, excepto en lo que se refiere a la sección de 'Noticias'. Se trata más bien de un gran centro de documentación que va recibiendo constantemente novedades. Es el hilo conductor, por otra parte, de los portales de todos los grupos

de desarrollo andaluces, y en este sentido desempeña un papel muy importante de interconexión en la Red. Su buena posición en los buscadores incrementa su importancia. Para los próximos meses, uno de los principales objetivos de ARA es ir convirtiendo la web en el gran foro de debate sobre el desarrollo rural en Andalucía, con propuestas que sirvan para enfocar los problemas desde cualquier perspectiva. Ahora que se han puesto en marcha los programas Proder y Leader Plus, andaluciarural.org cobra un gran protagonismo, y ARA ha querido que nadie que se acerque a sus páginas quede defraudado.



Aratierrasur.com

VERSIÓN ELECTRÓNICA DE 'ARA TIERRA SUR'

La versión para internet de la revista 'ARA Tierra Sur' pretende ser un complemento de la publicación en papel, en un doble sentido: ofreciendo, por una parte, un tipo de información que no puede tener cabida en una revista trimestral de sus características, como son las noticias de actualidad o los anuncios, y por otra, añadiendo la interactividad que no permite el papel. Cualquier interesado podrá introducir en el portal su anuncio, una convocatoria o una noticia relacionada con su comarca o con el desarrollo rural. Y junto a estos servicios exclusivos de la versión para internet, aratierrasur.com incluye también todos los números de la revista en papel transformados en formato PDF para que se puedan leer en cualquier parte del mundo. El portal, que se puede visitar ya, está en periodo de pruebas, a la espera de recibir sugerencias de los usuarios.



Webs recomendadas

antequera.com

El Grupo de Acción y Desarrollo Local de la comarca de Antequera dispone de un estupendo portal en internet. Su diseño atractivo, pensado para que el visitante se divierta al tiempo que busca información, le confiere sin duda un importante valor añadido. Además, cuenta con una información completa, fácil de seguir y presentada de forma sintética. Cualquier dato que se requiera para acercarse a la comarca de Antequera o a sus pueblos se puede encontrar en este portal, así como todo lo relativo al Grupo de Desarrollo y a los programas y proyectos que gestiona. Cada uno de los trabajadores tiene su ficha, que incluye una fotografía. Hay que destacar las numerosas fotografías turísticas que se incluyen, de gran calidad en cuanto a contenido y en cuanto a la calidad de las imágenes. Los enlaces con el correo electrónico se encuentran bien destacados, la web se descarga con gran rapidez y tiene a disposición de los usuarios, por último, una sección de foros.



magina.org

Otra web muy interesante entre las de los grupos de desarrollo andaluces es la del Grupo de Sierra Mágina, que cuenta con buenas secciones de noticias, convocatorias, guía comercial, publicaciones y ocio, además de las dedicadas al propio Grupo, y a la descripción de la comarca, bajo el enlace 'Mágica, Mágina'. Desde esta sección se puede navegar por toda la comarca, pueblo a pueblo, o bien conocer la naturaleza, la historia o las tradiciones. Diseño original y muy cuidado. Se trata sin duda de uno de los portales más completos, atractivos y originales.



red-adeco.com

El Grupo de Acción Local Campiña Sur de Córdoba tiene una web orientada a los emprendedores y a quienes buscan empleo en la comarca. 'Eventos' y 'Ofertas de empleo' constituyen el eje de las secciones en las que aparece organizada la web. Un enlace permite al interesado enviar además su currículum a una base de datos. El portal incluye también amplia información sobre el programa Proder y foros de debate. Unas banderas indican que los textos se pueden leer en español, inglés y francés, pero durante nuestra prueba este servicio no parecía activado. En cuanto al funcionamiento, la web es rápida y permite pasar de unas páginas a otras sin ningún tipo de problemas.



ASOCIACIONES DE DESARROLLO RURAL (ADR) DE ANDALUCÍA MIEMBROS DE ARA

ALMERÍA

01 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA DEL LEVANTE ALMERIENSE

Ctra. Bedar, Km. 0,3
04280 Los Gallardos. Almería
Tel. 950469383 Fax. 950469343
levantalmeriense@wanadoo.es

02 ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA COMARCA DE LOS VÉLEZ (APROVELEZ)

Cútar, 4
04820 Vélez Rubio. Almería
Tel. 950 412 527 Fax. 950 412 527
cdrvelez@larural.es www.losvelez.com

03 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA FILABRÉS-ALHAMILLA

Glorieta de las Angustias, s/n
04200 Tabernas. Almería
Tel. 950 365 031 Fax. 950 362 872
acfilabres@clientes.unicaja.es

04 ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA Y EL DESARROLLO RURAL DE LA ALPUJARRA-SIERRA NEVADA

Plaza Mayor de la Alpujarra, 1
04470-Laujar de Andarax. Almería
Tel. 950 514 161 Fax. 950 514 163
ila.laujar@interbook.net
Lora Tamayo, 17. 18400-Orgiva. Granada
Tel. 958 784 340 Fax. 958 784 326
ilaorgiva@interbook.net

05 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL ALMANZORA

Estación de Renfe. Avda. del Almanzora, 2
04850 Cantoria. Almería
Tel. 950 436 677 Fax. 950 436 668
proderi@larural.es

CÁDIZ

06 ASOCIACIÓN GDR GRUPO DE DESARROLLO RURAL DE LOS ALCORNOCALES

C/ Los Pozos, s/n. Edf. Antiguo Colegio "Juan Armario".
11180-Alcalá de los Gazules. Cádiz
Tel. 956 413 183 Fax. 956 413 371
c.alcornocales@cdrtcampos.es
www.alcornocales.org

07 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL DEL LITORAL DE LA JANDA

C/ Marqués de Tamarón, 10.
Edificio Casa de la Cultura.
11150 Vejer de la Frontera. Cádiz
Tel. 956 447 000
Fax. 956 447 504
adrjandalitoral@jandalitoral.org
www.jandalitoral.org

08 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL SIERRA DE CÁDIZ

Castillo Palacio los Ribera.
Plaza del Alcalde José González, s/n.
11640- Bornos. Cádiz
Tel. 956 729 000
Fax. 956 728 263
sierra.cadiz@cdrtcampos.es

09 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DE JEREZ

Plaza del Ayuntamiento, s/n
11570 La Barca de la Florida. Cádiz
Tel. 956 390 766
Fax. 956 390 749
jerural@clientes.unicaja.es
gerencia@jerezrural.com

CÓRDOBA

10 ASOCIACIÓN GRUPO DE DESARROLLO RURAL VALLE DEL ALTO GUADIATO

C/ Maestra, 36
14290 Fuente Obejuna. Córdoba
Tel. 957 585 265
Fax. 957 585 150
guadiato@teleline.es

11 ASOCIACIÓN DESARROLLO DEL GUADAJÓZ Y CAMPIÑA ESTE DE CÓRDOBA

C/ Mesones, 8. 14850 Baena. Córdoba
Tel. 957 691 766 Fax. 957 690 899
proder@adegua.com
www.adegua.com

12 ASOCIACIÓN ADROCHES PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DE LOS PEDROCHES

Ronda los Pedroches, s/n
14460 Dos Torres. Córdoba
Tel. 957 135 014
Fax. 957 135 015
gdrpedroches@eresmas.com

13 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL SIERRA MORENA CORDOBESA

Vereda, 73 14350 Cerro Muriano. Córdoba
Tel. 957 350 273 Fax. 957 350 743
gdr@sierramorena.org
www.sierramorena.org

14 ASOCIACIÓN GRUPO DE DESARROLLO RURAL DE LA SUBBÉTICA CORDOBESA

C/ Aradillo, 4. Plta. 2ª.
14940. Cabra. Córdoba
Tel. 957 529 271 Fax. 957 525 917
gdrsubbetica.ot@arrakis.es
www.gdrsubbetica.com

15 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DEL MEDIO GUADALQUIVIR

Plaza de los Pósitos, 1, 1ª planta
14730 Posadas. Córdoba
Tel. 957 630 972 Fax. 957 630 877
adrmegua@arrakis.es

16 ASOCIACIÓN "GRUPO DE ACCIÓN LOCAL CAMPIÑA SUR"

Av. de las Camachas, s/n. (Antiguas instalaciones CIATESA). 14550 Montilla. Córdoba
Tel. 957 664 106 Fax. 957 664 104
ceder@red-adeco.com
www.red-adeco.com

GRANADA

17 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DEL ARCO NORESTE DE LA VEGA DE GRANADA

C/ Barrio, 35 (edif. Ayuntamiento)
18184 Beas de Granada. Granada
Tel. 958 546 306 Fax. 958 546 318
alfanevada@moebius.es

18 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DE GUADIX

Benavides, s/n. Antigua Biblioteca
18500 Guadix. Granada
Tel. 958 665 191 Fax. 958 665 070
guadix@cdrtcampos.es
www.guadixymarquesado.org

19 ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA DE LOS MONTES

C/ Real, 1. 18560 Guadahortuna. Granada
Tel. 958 383 403 Fax. 958 383 158
oficina@apromontes.com
www.apromontes.com

20 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PONIENTE GRANADINO

C/ Duque de Valencia, 9.
18300 Loja. Granada.
Tel. 958 325 033 Fax. 958 327 100.
consorpo@teleline.es
asociacion@ponientegrnadino.org
www.ponientegrnadino.org

21 ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA DE LA VEGA-SIERRA ELVIRA

C/ Dr. Jiménez Rueda, 1
18230 Atarfe. Granada
Tel. 958 434 313 Fax. 958 434 314
promovega@ctv.es

22 ASOCIACIÓN GRUPO DE DESARROLLO RURAL DEL ALTIPLANO DE GRANADA

C/ Mayor. Edificio Cervantes
18830 Huéscar. Granada
Tel. 958 742 314 Fax. 958 742 309
ceder@ngranada.es
www.altipla.com/ceder/info/index.htm

23 ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA DEL VALLE LECRÍN-TEMPLE

Pablo Iglesias, 22.
18640 Padul. Granada
Tel. 958 790 379 Fax. 958 773 369
aprovt@teleline.es

HUELVA

24 ASOCIACIÓN GRUPO DE DESARROLLO RURAL DE LA SIERRA DE ARACENA Y PICOS DE AROCHE

Colmenitas, s/n.
21200 Aracena. Huelva
Tel. 959 126 279 Fax. 959 128 961
aracena@cdrtcampos.es
www.leader-aracena.es

25 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA CUENCA MINERA

Carretera Bellavista, 52
21660 Minas de Riotinto. Huelva
Tel. 959 591 184 Fax. 959 591 584
manriotinto@eintec.es
www.cuencaminera-riotinto.com/ceder.htm

26 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL DEL CONDADO DE HUELVA

Polígono Industrial El Corchito.
Parcela 41
21830 Bonares. Huelva
Tel. 959 364 814 Fax. 959 364 813
proder.mmdc@retemail.es
www.mancomunidadcondado.com

27 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DEL ANDÉVALO OCCIDENTAL

C/ Ricos, 21.
21520 Alosno. Huelva
Tel. 959 396 061 Fax. 959 396 171
adrao@retemail.es

28 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL INTEGRAL DE LA COSTA OCCIDENTAL DE HUELVA

C/ San Pedro, 60. (traseros de la OCA).
21450 Cartaya. Huelva
Tel. 959 390 324 Fax. 959 390 207
proder@adricoh.com www.adricoh.com

JAÉN

29 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL COMARCA 'SIERRA DE CAZORLA'

Plaza del Ayuntamiento, 17
23460 Peal del Becerro. Jaén
Tel. 953 731 489 Fax. 953 731 903
ceder@comarcasierracazorla.com
www.comarcasierracazorla.com

30 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL SIERRA DE SEGURA

C/ Mayor, s/n. 23370 Orcera. Jaén
Tel. 953 482 131 Fax. 953 480 416
segura@arrakis.es
www.lasierradesegura.com

31 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPIÑA NORTE DE JAÉN

C/ Estación, s/n. Edificio Renfe
23730 Villanueva de la Reina. Jaén
Tel. 953 548 266 Fax. 953 548 267
prodecan@arrakis.es www.prodecan.org

32 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA SIERRA SUR DE JAÉN

C/ Egido, s/n. 23150 Valdepeñas de Jaén.
Jaén. Tel. 953 310 317 Fax. 953 310 216
adsur@arrakis.es

33 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE SIERRA MÁGINA

Posadas, s/n. 23120 Cambil. Jaén
Tel. 953 300 400 Fax. 953 300 177
s.magina@wanadoo.es

34 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA LOMA Y LAS VILLAS

C/ Parque de Velázquez, 4
23410 Sabiote. Jaén
Tel. 953 774 400 Fax. 953 774 075
adlas@datalogic.es
www.datalogic.es/~adlas/

35 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL DEL CONDADO DE JAÉN

Plaza Mayor, 15
23250 Santiesteban del Puerto. Jaén
Tel. 953 401 340 Fax. 953 401 414
asodeco@infonegocio.com

MÁLAGA

36 GRUPO ACCIÓN LOCAL GUADALTEBA

Parque Guadalteba.
Ctra. Málaga-Campillos, km. 11.
Paseo de las Melias, s/n. Apto. N° 78
29320 Campillos. Málaga
Tel. 952 713 004 Fax. 952 713 450
guadalteba@ingenia.es
www.ingenia.es/guadalteba/

37 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA NORORIENTAL DE MÁLAGA

C/ Santo Domingo, 49
29300 Archidona. Málaga
Tel. 952 717 018 Fax. 952 717 528
nororma@wanadoo.es

38 GRUPO DE ACCIÓN Y DESARROLLO LOCAL DE LA COMARCA DE ANTEQUERA

C/ Capitán Velasco, n° 7. 1ª Planta
29531 Humilladero. Málaga
Tel. 952 737 496 Fax. 952 737 464
proder@antequeracom.com
www.antequeracom.com

39 GRUPO DESARROLLO RURAL VALLE DEL GUADALHORCE

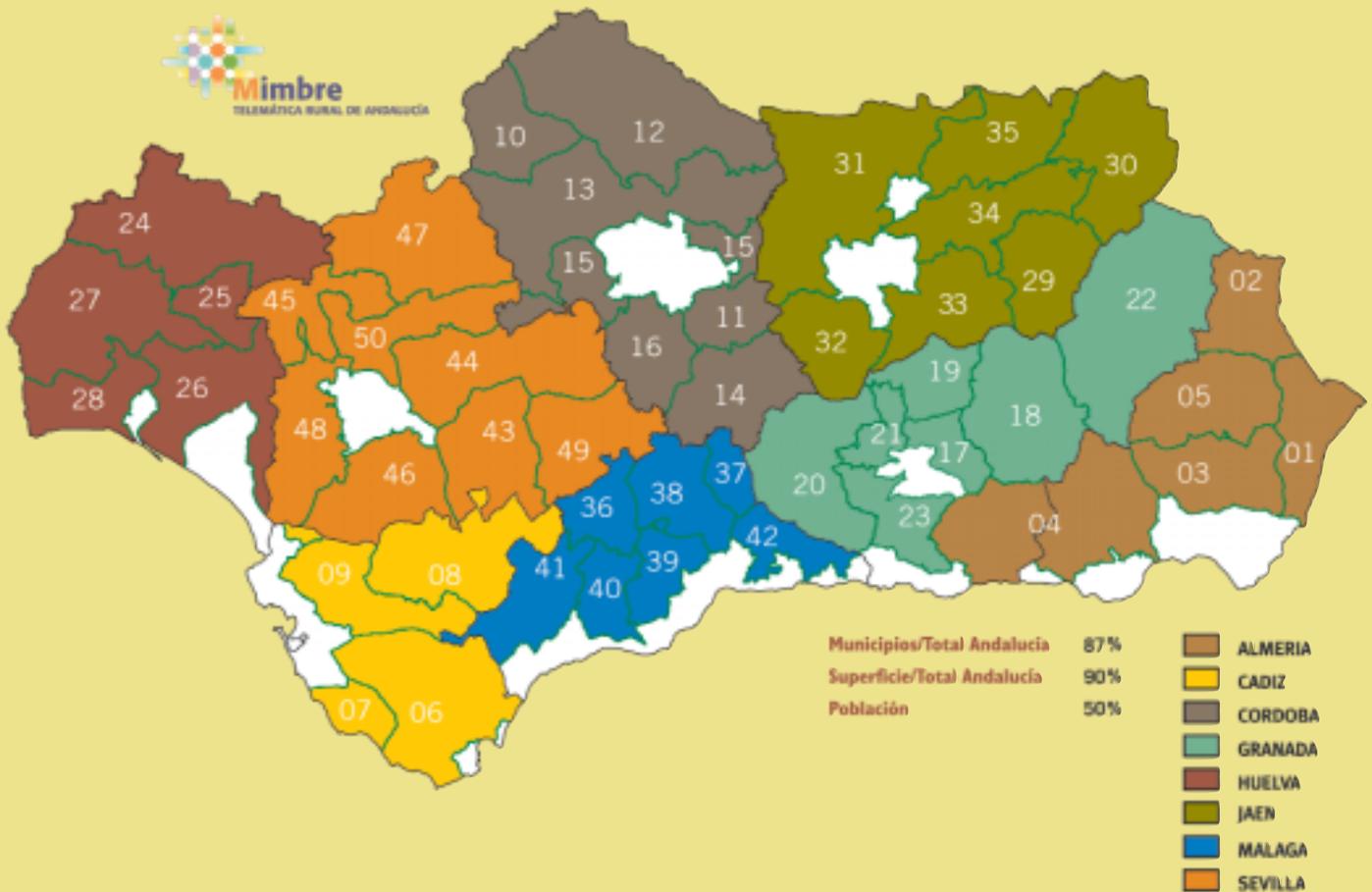
C/ Dehesa, 80.
29560 Pizarra. Málaga
Tel. 952 483 868 Fax. 952 483 869
guadalhorce@ctv.es
www.valledelguadalhorce.org

40 ASOCIACIÓN GRUPO DE DESARROLLO RURAL DE LA SIERRA DE LAS NIEVES

Calle del Pozo, 17.
29410 Yunquera. Málaga
Tel. 952 488 511 Fax. 952 482 944
agdr@sierranieves.com
www.sierranieves.com

41 ASOCIACIÓN CENTRO DE DESARROLLO RURAL DE LA SERRANÍA DE RONDA

C/ Armiñan, 24 B.
29400 Ronda. Málaga
Tel. 952 872 747 Fax. 952 872 746
cederronda@retemail.es
www.serraniaronda.org



42 ASOCIACIÓN CENTRO DE DESARROLLO RURAL DE LA AXARQUÍA

C/ Dr. Gómez Clavero, 19
29719 Benamocarra. Málaga
Tel. 952 509 727 Fax. 952 509 728
cederax@interbook.net

45 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL CORREDOR DE LA PLATA

Plaza Pozuelos, s/n.
41860 Gerena. Sevilla
Tel. 955 782 356
Fax. 955 783 096
corredorplata@corredorplata.com
www.corredorplata.com

48 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA DE ALJARAFE-DOÑANA

Marqués de Santillana, 64.
41840 Pilas. Sevilla
Tel. 955 753 820 Fax. 955 753 093
adad@telefonica.net

SEVILLA

43 ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS PARA EL DESARROLLO RURAL INTEGRAL DE LA SERRANÍA SUROESTE SEVILLANA

Polígono Industrial Camino Hondo.
Centro de Empresas Marchena.
C/ Albañilería, 7.
41620 Marchena. Sevilla
Tel. 955 847 064 Fax. 954 843 519
serrania@retemail.es

46 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL DE LA COMARCA DEL BAJO GUADALQUIVIR (ADELQUIVIR)

Ctra. Lebrija-Las Cabezas,
Camino de San Benito-
Finca San José, s/n
41740 Lebrija. Sevilla
Tel. 955 869 100 Fax. 955 869 160
mm.bajoguadalquivir@retemail.es
www.bajoguadalquivir.org

49 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL ESTEPA SIERRA SUR

Avda. Badia Polesine, s/n. Edif. Multifuncional
41560 Estepa. Sevilla
Tel. 954 820 000 Fax. 955 915 759
adlarjona@interbook.net

44 ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPIÑA Y LOS ALCORES DE SEVILLA

Edificio Hytasa.
C/ Camino de Marruecos, s/n.
41410 Carmona. Sevilla
Tel. 954 190 093 Fax. 954 196 011
proder@carmona.org

47 ASOCIACIÓN DESARROLLO RURAL SIERRA MORENA SEVILLANA

Edificio Los Escolares, 2ª Planta
41370 Cazalla de la Sierra. Sevilla
Tel. 954 884 560
Fax. 954 884 591
eturis@interbook.net

50 ASOCIACIÓN COMARCAL GRAN VEGA DE SEVILLA

Avda. del Guadalquivir, 77 B
41320 Cantillana. Sevilla
Tel. 955 730 061 Fax. 955 730 419
granvega@teleline.es
www.gvs.es/granvega/proyecto.htm



En Andalucía hay mucho campo...

...para la gente emprendedora

Los Grupos de Desarrollo Rural se han convertido en una pieza básica en el gran proyecto de Andalucía para el siglo XXI. Su labor de apoyo a la gente emprendedora está produciendo magníficos resultados. ARA es su Asociación: la Asociación que los representa, la Asociación que trabaja para todos ellos, la Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía.



Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA)
Edificio. Eurocei. Autovía Sevilla-Coria del Río, km. 3,5
41920. San Juan de Aznalfarache (Sevilla). Ap. Corr. 76
Tel. 954 179 210. Fax 954 179 218
ara@andaluciarural.org www.andaluciarural.org



Consejería de Agricultura y Pesca
Junta de Andalucía
C/ Tabladilla, s/n. 41071 Sevilla
Tel. 955 032 000
www.cap.junta-andalucia.es