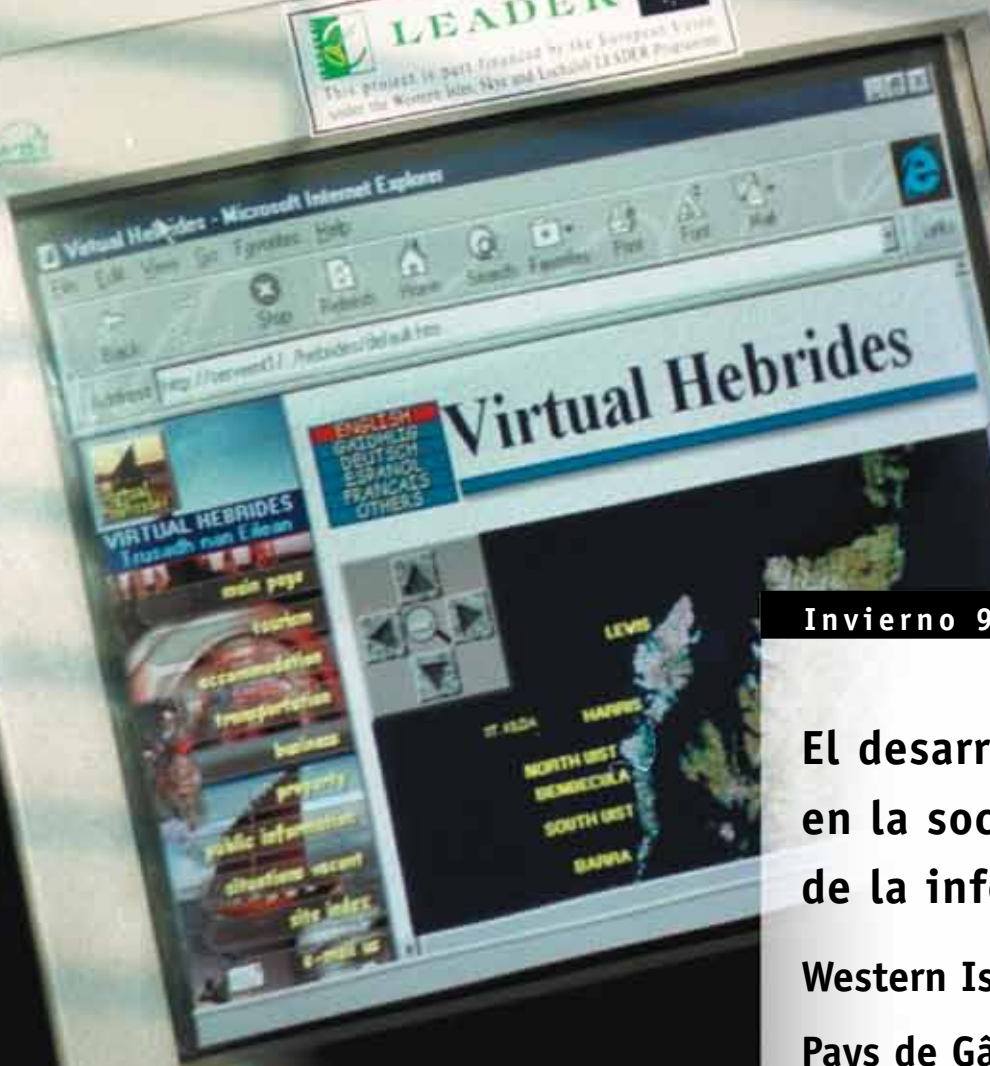


LEADER II

magazine

LEADER magazine [janvier-février-mars 1999] - chaussée St-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Bureau de dépôt Bruxelles X



Invierno 98-99 n° 19

El desarrollo rural
en la sociedad
de la información

Western Isles
Pays de Gâtine



C Ó R C E G A



País : Francia

Acción realizada : instalación de "vídeoventanillas" en un medio rural aislado

Coste : 200.000 ECU

UE : 30.000 ECU

Otros fondos públicos : 170.000 ECU

"En el marco de su política de reconquista del interior, nuestro grupo LEADER ha participado en la instalación de una 'vídeoventanilla' en el municipio aislado de Levie, permitiendo realizar a distancia una serie de formalidades administrativas (estado civil, subsidios familiares, búsqueda de empleo, etc.) que antes requerían hasta cuatro horas de carretera. Este sistema, que combina la telemática y el vídeo, ofrece asimismo servicios económicos a emprendedores : principalmente, acceso a bases de datos y posibilidad de organizar videoconferencias con las cámaras de comercio. Actualmente, se ha previsto instalar vídeoventanillas en cada microregión de l'Île de Beauté."

Paule Pandolfi,
responsable LEADER

M A R S I C A



País : Italia

Acción realizada : creación de un web Internet

Coste : 156.450 ECU

UE : 45.066 ECU

Otros fonos públicos : 83.694 ECU

Privado : 27.690 ECU

"La creación de un web Internet 'SITE Gal' es fruto de la colaboración entre nuestro grupo LEADER y los responsables de la red telemática Sistemi SITE. El objetivo es fomentar los recursos humanos, técnicos, etc. al servicio del desarrollo de esta parte de los Abruzos, a través del acceso, en tiempo real, a las bases de datos que están siendo constantemente actualizadas. Escaparate para las empresas y las organizaciones públicas locales, el SITE Gal, entre otras peculiaridades, es original ya que ha sido elaborado según una lógica geográfica: la consulta de un amplio abanico de informaciones se lleva a cabo pulsando simplemente sobre los mapas de las diferentes localidades y partes del territorio. Se puede acceder a una versión experimental del SITE Gal en la dirección : www.site.it/galmarsica"

Giuseppe Damico,
presidente del grupo LEADER

A S T R I D L I N D G R E N S H E M B Y G D



País : Suecia

Acción realizada : realización de CD-Rom culturales

Coste : 36.687 ECU

UE : 5.858 ECU

Otros fondos públicos : 13.669 ECU

Privado : 17.160 ECU

"En un telecentro animado por mujeres, nuestro grupo LEADER apoya la realización de CD-Rom pedagógicos para niños, sobre la historia de Suecia y en torno a las diferentes características específicas locales. El objetivo es crear empleos a partir de una nueva actividad basada en un producto innovador con un importante componente cultural. Este proyecto está siendo un éxito dado que ya se han editado varios CD-Rom y se han puesto a la venta en el mercado. En un futuro próximo, el objetivo sería realizar y comercializar CD-Rom multilingües junto a otros grupos LEADER."

Jacob Kaell,
responsable LEADER

M O N T A Ñ A D E N A V A R R A



País : España

Acción realizada : telebiblioteca

Coste : 13.437 ECU

UE : 4.406 ECU

Otros fondos públicos : 4.969 ECU

Privado : 4.062 ECU

"Nuestro grupo LEADER apoya toda una serie de acciones cuyo fin es fomentar el uso de la telemática para romper el aislamiento de las poblaciones rurales: creación de un telecentro, organización de formaciones informáticas dirigidas a diferentes categorías de público, etc. Una de estas acciones se ha llevado a cabo en la biblioteca municipal de Aurizberri/Espinal. Gracias a LEADER, ésta ha puesto en marcha un servicio Internet (www.ctv.es/USERS/herrilib/) que permite a los habitantes de 30 pequeños pueblos de la montaña consultar su catálogo, tener conocimiento de las nuevas adquisiciones y pedir prestados los libros que deseen. A continuación, el bibliotecario se encarga de que se efectúe la entrega."

Marta Mañas Larraz,
responsable LEADER para las nuevas tecnologías



Las tecnologías avanzadas de la comunicación y el desarrollo local : oportunidades... con ciertas condiciones 4

Patricia Vendramin y Gérard Valenduc hacen balance sobre el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, sobre los retos que plantean, sobre las posibilidades que ofrecen, pero al mismo tiempo, sobre sus limitaciones, dentro de una perspectiva de desarrollo local.



Internet al servicio del desarrollo de Gâtine : los "Gâtinautas" 13

En la zona LEADER Pays de Gâtine (Poi-tou-Charentes, Francia), las redes virtuales se juxtaponen al denso tejido de redes locales de solidaridad, reforzando así la integración y la eficacia de las acciones de desarrollo llevadas a cabo.



Cuando la telemática rompe el aislamiento y crea empleos : del Tweed a la Tela 19

Basándose resueltamente en las tecnologías avanzadas de la comunicación, el grupo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh ha fomentado la creación de más de 200 empleos de teletrabajo en las islas Hébridas, al noroeste de Escocia.

En pocas palabras...



Tres cuestiones importantes para la nueva Iniciativa comunitaria de desarrollo rural

Dr. Franz Fischler, *Miembro de la Comisión Europea responsable de la Agricultura y del Desarrollo rural*

Aunque el Consejo aún no ha llegado a un acuerdo sobre la conclusión final de las propuestas de la Agenda 2000, me gustaría aprovechar la salida del LEADER Magazine n°19 para hacer hincapié en tres cuestiones que serán de gran importancia para nuestra nueva iniciativa comunitaria de desarrollo rural: la continuidad de la estrategia escogida, la cobertura territorial y la administración de la nueva iniciativa de desarrollo rural.

Continuidad de la estrategia

Al absorber las principales características de LEADER II y asegurar su mantenimiento, la nueva iniciativa comunitaria garantizará la continuidad de conceptos y métodos necesaria. Las principales características que se mantendrán son las asociaciones locales, el método de actuación desde las bases y las oportunidades de poner en práctica nuevas ideas para el desarrollo rural.

Necesitamos una especie de modelo a pequeña escala de lo que estamos tratando de fomentar, a mayor escala, en los programas de desarrollo rural ordinarios, por lo que la nueva iniciativa deberá hacer hincapié en la ayuda a las actividades rurales piloto. Deseamos crear y experimentar estrategias integradas de alta calidad para el desarrollo de las comunidades rurales.

También debemos seguir ampliando y reforzando las redes de grupos de acción local para infundir a las comunidades rurales las ideas y el entusiasmo de otras zonas rurales.

La organización de redes es asimismo una condición necesaria para la cooperación en la planificación y la ejecución de los proyectos conjuntos. En muchas ocasiones, la masa crítica necesaria para la realización de un proyecto sólo puede conseguirse a través de la cooperación.

Ampliación de la cobertura territorial sin mermar la eficacia

La nueva iniciativa comunitaria no deberá restringirse a las regiones de los objetivos nos 1 ó 2. El potencial de intervención local y elaboración de proyectos piloto deberá fomentarse también fuera de las regiones incluidas en los objetivos.

Como es lógico, esto no quiere decir que la nueva iniciativa comunitaria deba extenderse por toda la Europa rural, no pudiendo surtir sus plenos efectos en ningún sitio. La nueva iniciativa debe fomentar nuevas ideas y ayudar a quienes estén dispuestos a aplicarlas. Deben emplearse criterios estrictos para seleccionar a los grupos destinatarios de la financiación con el fin de garantizar que las iniciativas escogidas reciban la ayuda financiera adecuada.

Transparencia y eficacia en la administración

En la Agenda 2000 proponíamos financiar las tres nuevas iniciativas comunitarias a partir de un único Fondo. En el caso del desarrollo rural intervendría la Sección de Orientación del FEOGA. Esta política de "un solo Fondo" requiere la ampliación del ámbito de actuación del FEOGA hasta incluir medidas que habitualmente son de competencia del FEDER o el FSE. Ello supondrá un importante factor de simplificación.

Habida cuenta de la enorme variedad de zonas rurales de la Unión y de las grandes diferencias entre ellas en cuanto a sus condiciones de partida, es lógico que la política de desarrollo rural se base en el principio de subsidiariedad, teoría que debe aplicarse a la nueva iniciativa comunitaria. Pero la subsidiariedad exige también que las tareas se definan claramente y que todos, cada uno en su nivel, asuman sus responsabilidades.

Por ejemplo, la selección de los grupos de acción local deberá ser responsabilidad de los Estados miembros con arreglo a los criterios aprobados de común acuerdo y, con el fin de evitar demoras en la puesta en marcha de las intervenciones, dentro de unos plazos comunes.

Las zonas rurales tienen mucho que ofrecer. Con la reestructuración de nuestra política de desarrollo rural pretendemos acercarla a las políticas de gestión del mercado e introducir un mayor grado de flexibilidad y subsidiariedad y unos métodos de trabajo mucho más simples para los Estados miembros y las regiones. Deseamos dar un mayor relieve a las cuestiones medioambientales y, sobre todo, fomentar el desarrollo sostenible de todas las zonas rurales de la Comunidad, de forma que tanto los habitantes de éstas como la población urbana cosechen los beneficios de las ventajas particulares que ofrecen las zonas rurales. <

Bruselas, 27 de Octubre 1998.

Las tecnologías avanzadas de la comunicación y e oportunidades... con o

POR PATRICIA VENDRAMIN
Y GÉRARD VALENDUC [*]

Con Internet, la multimedia, la telefonía móvil y los programas informáticos de trabajo en grupo, la "sociedad de la información" ha invertido en el campo

tanto como en las ciudades. El trabajo y la formación a distancia, ó el "comercio electrónico" del turismo, de los productos locales, etc. son asimismo nuevas formas de actividad que experimentan algunas zonas LEADER. Patricia Vendramin y Gérard Valenduc hacen balance sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, sobre los retos que suponen, sobre las potencialidades que ofrecen, pero al mismo tiempo, sobre sus limitaciones, dentro de una perspectiva de desarrollo local.



El desarrollo local :

ciertas condiciones

Vistas en el contexto de una región pequeña, las tecnologías de la información y la comunicación tienen algo de paradójico aparentemente. Por un lado, evocan la mundialización de la economía, la internacionalización de los mercados, la organización de redes a nivel planetario y otras tendencias de envergadura, sobre las cuales es muy difícil tener influencia. Y, por otro lado, su interés para el desarrollo local parece evidente ya que lo que está en juego es la transformación de las industrias y servicios, así como el futuro del trabajo y del empleo. Además, las políticas específicas ligadas a la "sociedad de la información" tienen que aplicarse a este nivel local, ya se trate de infraestructuras, investigación, ayuda a las empresas, promoción del empleo, organización de la formación profesional o de la política de la comunicación.



Un nuevo orden tecnológico, dominado por la comunicación

La mayoría de los avances tecnológicos más recientes en el ámbito de la informática y las telecomunicaciones, como Internet, la telefonía móvil del tipo GSM ó la multimedia, han puesto de manifiesto la noción de comunicación: a partir de ahora, nuestras economías ya se apoyan en redes de comunicación e intercambio a distancia. Esta prioridad dada a la comunicación distingue la ola actual de las tecnologías de la información de la que se vivía en los años 80, cuando el uso de la informática afectaba sobre todo a la automatización de las labores operativas: robótica, diseño y fabricación asistidos por ordenador, bases de datos, tratamientos de textos, transferencias de datos, etc.

¿Cuáles son las innovaciones tecnológicas significativas en los nuevos sistemas de comunicación e intercambio a distancia, entre las personas y las organizaciones? Muchas de estas innovaciones ya son conocidas por todos: las telecomunicaciones móviles han invadido nuestros modos de vida desde la aparición del GSM, la red Internet ya no es propiedad privada de ciertos investigadores universitarios, los ordenadores portátiles cada vez están más presentes en ciertas funciones (servicio comercial, mantenimiento, etc.) y las aplicaciones multimedia empiezan a cobrar cada vez más amplitud. Otros avances tecnológicos menos conocidos por el público en general también han modificado los sistemas de organización empresarial. Citemos, por ejemplo, los programas informáticos de trabajo en grupo ("groupware") y de gestión de flujos de tareas ("workflow"), que facilitan la organización y la realización de actividades en común, las redes internas en las empresas (Intranet) o, incluso, la telefonía integrada en el ordenador, tal y como se aplica en los centros de llamadas, por ejemplo.

[*] Patricia Vendramin y Gérard Valenduc dirigen la unidad de investigación Trabajo y Tecnologías en la Fundación Trabajo-Universidad, instituto belga especializado en las relaciones entre la universidad y el mundo laboral. Han escrito y/o han participado en la redacción de numerosas obras dedicadas a la sociedad de la información, especialmente bajo el auspicio de la Dirección General XII de la Comisión Europea.

Contacto : Fondation Travail-Université, Rue de l'Arsenal 5, B-5000 Namur.

Tel: +32 81 725 122 - Fax +32 81 725 128

E-mail: pvendramin@compuserve.com



Escuela informatizada en la zona LEADER Pays d'Auge [Francia]

Estas nuevas tecnologías son asimismo fuente de un gran número de nuevos servicios (teleservicios) y de nuevas formas de trabajo (trabajo a distancia) que alcanzan cada vez más sectores y empresas privadas o públicas. Estos avances recientes quizás puedan ofrecer nuevas perspectivas en materia de creación de actividades a nivel local, lo que sí es seguro es que pueden aportar otra orientación a las políticas de la comunicación y de apertura.

Un impulso a la comunicación externa

El desarrollo de Internet y de las aplicaciones multimedia han dado un nuevo impulso a la comunicación externa de los agentes económicos y sociales: este hecho afecta no sólo a las empresas y autoridades públicas sino también al mundo asociativo, educativo y cultural.

Se han visto reforzados tres aspectos de la comunicación externa; estos aspectos ya están al alcance de las pequeñas y medianas empresas así como de las entidades locales. El primer aspecto, y no por eso el menos importante, afecta a la publicidad, la imagen de marca, la información a los clientes o a los suministradores de una empresa; o incluso, tiene que ver con la información turística, la valorización del patrimonio local o el fomento de actividades rurales. El segundo aspecto hace referencia al funcionamiento mismo de las empresas y de las colectividades locales: las relaciones con los asociados, los suministradores o los clientes se vuelven cada vez más interactivas, en tiempo real, sea cual sea la distancia. Las consecuencias en términos de flexibilidad y adaptabilidad son importantes. Por último, el tercer aspecto hace referencia al desarrollo de servicios en línea, accesibles al gran público.

No obstante, la conexión a las redes mundiales no sólo significa darse a conocer, dar a conocer o difundir sus

propios servicios o acceder a informaciones. También permite poder acceder a recursos que no están disponibles a nivel local, ya sea en materia de servicios a las empresas o de servicios a la población, en el ámbito de la salud o del aprendizaje, por ejemplo. Paralelamente, la conexión a las redes mundiales también puede servir para sacar provecho de los recursos locales en un mercado más amplio o para alcanzar un público más disperso.

Por otro lado, para un gran número de organizaciones no comerciales, sobre todo las asociaciones con vocación cultural o educativa, los recientes avances de Internet o de la multimedia ofrecen nuevas posibilidades en términos de difusión de la información, de comunicación con el público o, incluso, en términos de diversificación de sus "productos" educativos o culturales.

En este caso, las redes son consideradas, ante todo, como unos nuevos medios de comunicación, más que como medios de trabajo o instrumentos de cambio organizativo.

Desarrollo de los teleservicios

El interés de las tecnologías avanzadas de la comunicación para una región o zona alejada, es que gracias a ellas se puede plantear el desarrollo de nuevas actividades. Entre las diversas formas de trabajo a distancia, el desarrollo de los teleservicios es una nueva vía a explotar. Cada vez más actividades de servicios pasan por una mediación telefónica, es decir, que la relación "cara a cara" es sustituida o completada por una comunicación telefónica. Hay empresas que se han especializado en la producción y organización de este tipo de servicios, en ámbitos tan variados como banca y seguros, viajes y turismo, mantenimiento y servicio post-venta, sector inmobiliario, marketing directo, promoción del ocio, etc. Estos servicios se caracterizan por el hecho de que son perfecta-



“Digitalizar Longford”

Monica O'Malley [LEADER Longford, Irlanda]

El condado de Longford (30.296 habitantes) es, desde los celtas, un cruce de caminos de Irlanda; tres ejes principales de carretera se cruzan en este lugar actualmente. Longford no posee, sin embargo ni una empresa industrial importante ni un centro de enseñanza superior que puedan servir, tanto uno como el otro, de palanca impulsora de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a gran escala. El declive demográfico del territorio, su nivel de equipamiento insuficiente y la reducción de los servicios públicos explican en gran medida la fragilidad de las inversiones en la zona. Como muchos agentes locales ya constataron este hecho, ya se inició a principios de los años 90, una campaña de sensibilización en torno a la utilización de las TIC. Entre las diversas acciones llevadas a cabo: la integración de cursos de informática en los programas académicos de las escuelas, la creación, en 1994, de un “Centro de formación informático”, el acondicionamiento de un centro empresarial y la instalación de un servidor Internet en la biblioteca del condado.

Esta acción contribuyó, poco a poco, a familiarizar a la población con las nuevas tecnologías, pero faltaba un plan estratégico general para implantar, de verdad y de forma duradera, actividades ligadas a las TIC. Este plan se inscribió dentro de las prioridades del programa LEADER II de Longford.

El grupo de acción local comenzó por organizar, en febrero de 1996, un “seminario Internet” que permitió determinar mejor las oportunidades disponibles, gracias a la telemática, en el contexto específico del condado. El acto desembocó en la constitución, unos meses más tarde, de una “cooperativa Internet” cuyo fin era promocionar los municipios del condado a través de la red de redes, comunicarse con la diáspora y fomentar el uso de la telemática. La cooperativa creó en primer lugar un dominio Web y, gracias a él, Granard fue el primer pueblo irlandés presente en Internet.

En marzo de 1997, la Cámara de Comercio creó un grupo de trabajo encargado de identificar perspectivas concretas ligadas a la utilización de las tecnologías avanzadas de la comunicación. El grupo de trabajo estaba formado por 18 personas que representaban a las diferentes categorías de la población y sectores de actividad socio-económicos del territorio: empresarios, agricultores, profesores, animadores culturales, mujeres, jóvenes, etc. De este modo, se crearon cinco grupos de trabajo temáticos para examinar los posibles usos de las TIC en cinco ámbitos considerados como prioritarios: empresa, agricultura, educación, salud y vida asociativa.

Se llevó a cabo una encuesta a 259 familias y 77 empresas locales. Sus resultados fueron objeto de un informe, publicado en julio de 1997, que supuso una verdadera mina de informaciones sobre la utilización de las TIC al servicio del desarrollo local.

La realización de la encuesta y del informe costó 45.970 ECU, de los cuales 36.800 fueron financiados en el marco de LEADER II. Estas cifras tienen en cuenta la evaluación del importe del trabajo voluntario pero no así la contribución de la Cámara de Comercio, que suministró un apoyo técnico-administrativo importante y puso a disposición locales así como equipamientos de videoconferencia.

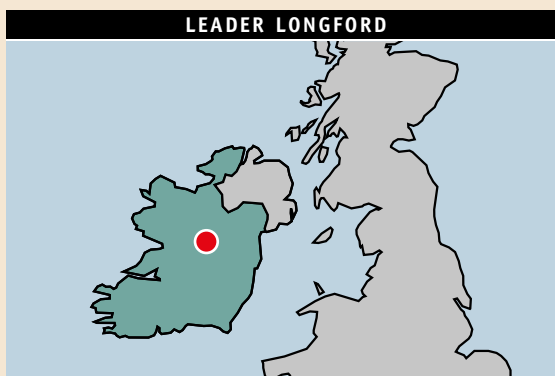


La encuesta, así mismo, motivó la reanudación de los contactos con numerosos emigrantes originarios de Longford, que sugirieron una serie de orientaciones de trabajo interesantes. Por otro lado, una oficina de consultores especializados en tecnologías de la comunicación supuso una gran ventaja competitiva para Longford: los precios muy asequibles del sector inmobiliario, fueron un factor decisivo a la hora de crear, en enero de 1998, una empresa de programas informáticos, “Longview Technology”. Sus efectivos iniciales de 10 empleados pasaron a ser 16 en abril, llegando a alcanzar los 35 empleados a finales de año. Entre 100 y 300 empleos podrían crearse a lo largo de los próximos años.

Las conclusiones de la encuesta y los éxitos de Longview Technology han facilitado considerablemente la introducción de las nuevas tecnologías en el condado de Longford. En 1998 se han visto materializados, por ejemplo:

- > el dominio Internet “Longford-on-line” y la base de datos que alberga que permiten, sobre todo, mantener los vínculos con la diáspora;
- > la creación de un servicio en línea para los agricultores, fruto de la cooperación entre el grupo de acción local y Teagasc, la oficina irlandesa a favor de la agricultura y el desarrollo rural;
- > la construcción, en colaboración con la agencia de desarrollo económico del condado, de una base de datos comercial al servicio de las empresas locales;
- > la organización de formaciones itinerantes en las diferentes localidades del condado – la acción, financiada por LEADER, consiste en instalar en un pueblo, durante seis semanas, 11 ordenadores que permiten a 30 personas iniciarse en la informática (a finales de junio de 1998, 175 personas de 4 pueblos diferentes ya se beneficiaron de esta fórmula). <

Web: www.longford-leader.ie/





“El futuro se basa en la formación”

Werner Kräutler [LEADER Sall-Wöll-Ötztal, Tirol, Austria]

El futuro del medio rural europeo pasa asimismo por el dominio de las tecnologías de la comunicación. El telecentro de Ötztal, en Umhausen en el Tirol, tiene como fin precisamente fomentar la adquisición de los conocimientos necesarios para el uso de estas nuevas tecnologías. Dos agricultoras que vinieron a informarse sobre las posibilidades de formación en informática, fueron las que dieron la idea al grupo LEADER de crear un “telecentro” en el valle de Ötz. En diciembre de 1996 y en menos de seis meses, el GAL logró que el “TeleZentrum Ötztal”, cofinanciando por la Unión Europea con una aportación de 143.000 ECU (40%), el Land del Tirol (30%) y el gobierno federal (30%), fuese operativo. Con salas equipadas con 10 ordenadores para dar cursos, el telecentro ha sido innovador poniendo en marcha un programa de formación titulado “telemática para las agricultoras”. Este programa de 64 horas (4 horas semanales durante 16 semanas), ofrecido 3 veces al año, es reconocido y conocido actualmente a nivel nacional: las Cámaras de Agricultura de cuatro Länder austríacos han “importado” efectivamente la fórmula. Un centenar de agricultoras del valle ya han finalizado esta formación, mientras que actualmente la están siguiendo otras 250 agricultoras del resto de Austria.

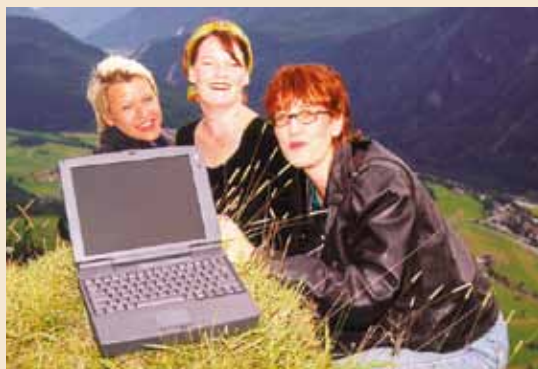
El enfoque elegido por el TeleZentrum es fruto de las conclusiones del estudio que solicitó el grupo LEADER a un periodista científico de Viena. Se trataba de “analizar las necesidades en telemática de los hogares en el contexto de Austria”, con el fin de identificar nuevas actividades y nuevas fuentes de riqueza – el teletrabajo especialmente – basadas en la utilización de las tecnologías de la comunicación.

En este sentido, los resultados del estudio hicieron especial hincapié en la importancia de la formación. Pero, los posibles usuarios de la telemática normalmente residen lejos de las estructuras de formación. Por lo tanto, era cuestión de que la formación se acercara a los usuarios y no al revés. De ahí vino la idea de crear un telecentro en el valle de Ötz.

A los responsables del TeleZentrum Ötztal les gusta compararlo con una autoescuela, en el sentido de que tal y como ocurre con la conducción de un automóvil, el teletrabajo requiere la adquisición de ciertos conocimientos básicos. El otro principio del centro es que “haciendo se aprende a hacer”. Por lo tanto, los “cursos de conducción informática” ofrecidos por el centro consisten en formaciones muy centradas en la práctica, cubriendo al mismo tiempo un amplio abanico de conocimientos informáticos: tratamiento de textos, programas de contabilidad, infografía, maquetación, etc.

La acción ya ha dado sus frutos: desde octubre de 1998, siete agricultoras del valle, que previamente han seguido la formación, incrementan sus rentas haciendo codificación de datos para una gran empresa tirolesa. En enero de 1999 se pondrán en marcha otros proyectos: la creación de páginas Web y la prestación de asistencia técnica a las empresas en materia de comercio electrónico, especialmente.

No obstante, la formación ofrecida en el telecentro tiene como objetivo principal permitir que los participantes adquieran competencias para que las puedan aprovechar



rápida y eficazmente en sus respectivas profesiones. En el caso del módulo “Telemática para las agricultoras”, por ejemplo, las participantes deben gestionar una “granja virtual”, así como una granja “ideal” a partir de un programa informático en el cual se han integrado los principales parámetros organizativos de una explotación agrícola.

El TeleZentrum Ötztal ofrece asimismo cursos sobre otros ámbitos: contabilidad, administración, secretariado, diseño gráfico y maquetación, técnicas de relaciones públicas, marketing, etc.

Actualmente, el telecentro elabora un curso de telemática especialmente dirigido a las mujeres. Las primeras sesiones se iniciarán en la primavera de 1999. Al igual que el módulo “Telemática para las agricultoras”, esta formación también se ofrecerá en otras zonas rurales austríacas.

Desde noviembre de 1998, el TeleZentrum Ötztal se ha convertido asimismo en un centro de teletrabajo, donde se ofrecen cuatro locales a una decena de teletrabajadores que gestionan el sitio Web de una importante empresa discográfica austríaca que practica el comercio electrónico (50.000 productos referenciados).

Hace apenas seis meses, Internet no significaba gran cosa para los habitantes de Ötztal. Incluso los operadores turísticos – el turismo es el primer sector económico del valle, acogiendo a unos 2 millones y medio de visitantes al año – no veían la utilidad de un sitio Web. Actualmente, gracias al módulo “Iniciación a Internet”, dirigido a adultos, así como a los “Foros de debate” y al “Internet Café” creados sobre todo para los jóvenes, se constata un verdadero entusiasmo por la red de redes. <

Web: www.oetzi.com



mente móviles, es decir, realizables desde cualquier sitio, con tal de que la infraestructura tecnológica básica sea suficiente y que estén disponibles las cualificaciones profesionales necesarias.

Recientemente, se han hecho avances tecnológicos importantes en el desarrollo de estos servicios en línea. Se trata de desviadores de llamadas y de servidores vocales, así como, en términos más generales, de puestos de trabajo que integran la telefonía y el ordenador. Estos equipamientos permiten que una empresa organice la prestación de servicios a partir de "plataformas telefónicas" que a veces están muy alejadas de la misma empresa, geográficamente hablando.

Tecnologías de la información y desarrollo local: dos décadas de éxitos y fracasos

Desde hace dos décadas, la Comisión Europea, entre otras, ha creado varios programas de impulso y apoyo a experiencias de telemática a nivel local o regional. Un rápido balance de estos programas permite hacerse una idea de los éxitos y fracasos y apreciar las ventajas y dificultades ligadas a la dimensión local o regional.

Infraestructuras o servicios

Un mismo dilema afecta a todas las experiencias: ¿hay que dar prioridad a las infraestructuras y a las redes, en un modelo donde la oferta tecnológica suscita la demanda de servicios, o bien dar prioridad a la expresión

de demandas y a la innovación en los usos de los nuevos medios, en un modelo donde la demanda de servicios es la que orienta la innovación tecnológica? Algunos programas han hecho hincapié tanto en una prioridad como en la otra, pero en general, los resultados han sido muy inferiores a los esperados.

Las evaluaciones muestran que existen serios obstáculos que frenan la realización de un desarrollo económico regional a partir de infraestructuras basadas en tecnologías de la información y la comunicación. Disponer de infraestructuras no quiere decir que se utilicen necesariamente. Hay una demanda de educación, formación, movilización de los usuarios, una demanda de traducir la tecnología en aplicaciones y servicios apropiados para las empresas de las regiones afectadas.

Pero, por otro lado, ofrecer servicios y aplicaciones a medida para las empresas locales muchas veces es insuficiente. A menudo porque las necesidades reales se dan por conocidas y finalmente están mal especificadas. Por otro lado, aunque las mismas aplicaciones estén concebidas para dar respuesta a las mismas necesidades, pueden dar buen resultado en algunos casos y en otros no, en función de los diferentes contextos organizativos y socioeconómicos.

De todo ello se deduce que tanto las políticas de infraestructura como las orientadas a sus usos tienen que estar integradas en otras políticas cuyo fin sea mejorar el entorno organizativo y socioeconómico de cada región, si se quiere lograr efectivamente la consecución de unos objetivos de desarrollo económico local o regional. En este contexto, la educación y la formación ocupan un lugar esencial.

Esta unidad móvil permite ofrecer formaciones de informática en todos los pueblos de la zona LEADER Louth [Irlanda]





Con el apoyo de LEADER Donegal, que le ha permitido dotarse de equipamientos innovadores, esta agencia fotográfica londinense se ha vuelto a instalar en Irlanda

El mito de la descentralización

Una idea admitida, que ha afectado a muchos proyectos de telemática local, consiste en creer que las tecnologías avanzadas de la comunicación van a reforzar la descentralización, o incluso que podrían poner al mismo nivel a las regiones centrales y periféricas.

De hecho, las tecnologías avanzadas de la comunicación no pueden superar por sí mismas algunos obstáculos ligados al desarrollo local o regional: estos obstáculos pueden estar ligados a factores de muy diferente tipo, como por ejemplo una falta de cultura de la innovación, actitudes empresariales mal adaptadas a las transformaciones de la economía, políticas públicas demasiado defensivas, lagunas en materia de cualificación o de formación, o simplemente, unas características geográficas físicas contra las cuales las redes no pueden hacer gran cosa.

Prácticamente, en el ámbito de los servicios, la experiencia ha mostrado que los fenómenos de descentralización no son fruto de la casualidad. Los servicios deslocalizados son, a menudo, los que se inscriben en un modelo de tipo industrial: servicios estandarizados, simplificados, producidos en masa y de manera rutinaria, que aportan poco valor añadido. La tendencia, no obstante, no ha consistido en descentralizar este tipo de servicios a cualquier sitio. Por razones de economía de escala, estas actividades tienden a concentrarse en un número limitado de lugares especializados y, más bien, en regiones suburbanas o en la periferia de las grandes urbes antes que en zonas alejadas. Por otro lado, la mayoría de los servicios de alto valor añadido permanecen localizados en las grandes ciudades y en las regiones centrales. En este sentido, el ejemplo del teletrabajo en las islas Hébridas (Escocia), descrito en este número de LEADER Magazine, es probablemente un caso excepcional. En teoría, aunque muchos trabajos se han vuelto móviles, no todas las regiones gozan de los mismos privilegios frente a esta potencial movilidad. Un criterio determinante puede ser el disponer de una mano de obra capaz de ofrecer un servicio de calidad, con una relación

calidad/precio que sea determinante. Este es el factor que quizás explique el éxito de la experiencia escocesa.

¿Vencer la distancia o vencer la complejidad?

Otra idea admitida consiste en creer que las tecnologías avanzadas de la comunicación tienen como efecto borrar las distancias, vencer los obstáculos geográficos y, por lo tanto, reducir las disparidades entre las regiones.

Es un hecho, la telemática disminuye la dependencia que genera el factor distancia, los puntos de acceso a la información y otros muchos obstáculos que frenan la comunicación interactiva. Pero esto no significa que la distancia y la localización ya no sean importantes. Esto atrae, más bien, la atención sobre otros factores ligados a la localización como el entorno, el capital humano, el carácter dinámico e innovador de las economías y las comunidades locales, los partenariados locales, etc.

La verdadera especificidad de las tecnologías avanzadas de la comunicación se sitúa más allá de la eliminación de la distancia: en su capacidad de ahorrar tiempo, en hacer frente a la complejidad y en organizar la flexibilidad. Esta perspectiva es importante para las políticas locales o regionales.

Un bajo potencial de industrialización

La tercera idea admitida consiste en atribuir a las tecnologías de la información y la comunicación las virtudes de una "industria industrializadora", es decir, de una actividad básica a la cual se unirían otras actividades afines, para lograr una recuperación del tejido industrial.

La sociedad de la información, a la inversa de las "revoluciones industriales" previas, requiere pocos programas amplios de infraestructura, que podrían generar empleo y tener efectos multiplicadores en la economía. Incluso las grandes obras de telecomunicación, como el cableado o la construcción de redes herzianas, no tienen tanto peso como otras grandes obras de infraestructuras tales como autopistas, trenes de alta velocidad, centrales depuradoras o instalaciones para el tratamiento de residuos. El valor añadido de las tecnologías de la información no reside en la parte material de estas tecnologías, sino más bien en los aspectos inmateriales. Por lo tanto, resulta ilusorio hacer de ello la clave de una estrategia de industrialización. Es más importante invertir en conocimiento y en competencia, ya que así se podrán explotar estas nuevas infraestructuras e innovar en los productos y servicios. El ejemplo de Parthenay, en Francia, es en este contexto muy revelador (véase el artículo correspondiente).

Orientaciones para el futuro

La modernización de los servicios

En muchos países de Europa, los servicios forman un componente de la actividad económica muy importante, sobre todo, en las zonas rurales. Estos servicios podrían convertirse en un importante factor de crecimiento. Desgraciadamente, en algunas regiones, su desarrollo está todavía considerado como una contrapartida de la desindustrialización. Los servicios públicos son tratados como gastos públicos y no como recursos. Los servicios privados todavía no son suficientemente considerados como una actividad en sí misma.



“La central turística de reservas PARALELO 40”

Malaquías Jiménez Ramírez
[LEADER La Manchuela, Castilla-La Mancha, España]

“Vender” el turismo rural a los habitantes de las ciudades exige unos sistemas de comunicación rápidos y eficaces. Nuestra red PARALELO 40 fue creada en 1993 por 7 grupos LEADER I (5 españoles y 2 portugueses), cuyas zonas de intervención estaban situadas más o menos en el paralelo 40, y querían promocionar de forma conjunta sus recursos turísticos.

La idea era ganarse la confianza de los visitantes a través de una promoción turística común y al mismo tiempo recíproca: de este modo, cada zona comunica a los visitantes los puntos de mayor interés de cada territorio asociado. Hasta 1996, los siete grupos de PARALELO 40 se contentaban con editar folletos turísticos en común y con participar conjuntamente en ferias y salones.

En 1996, con el lanzamiento de LEADER II, nuestra red se abrió a otras 20 zonas (5 portuguesas y 15 españolas) asimismo situadas sobre el paralelo 40. De ahí la necesidad de mejorar nuestra capacidad de acción y de intensificar nuestra presencia en el mercado. Desde entonces, la utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación nos parece indispensable.

Por lo tanto, tomamos la decisión de crear una central de reservas con el fin de comercializar directamente nuestros productos turísticos utilizando un sistema telemático que permite una actualización de la información constante y la venta de estancias “en línea”.

Para materializar el proyecto, hemos recurrido al programa ARTE-PYME (Acciones Regionales a favor de las TELEcomunicaciones en las PYMES) gestionado por el Ministerio español de Industria y Desarrollo. Al ser nacional, este programa era inaccesible para los asociados que no fueran españoles. Por eso, la realización del proyecto quedó limitada a 14 grupos españoles (uno de los grupos participantes abandonó el proyecto al inicio). En cuanto a los socios portugueses, estos participan en la parte de información y promoción de PARALELO 40 pero no así en la central de reservas.

El objetivo de esta central, por lo tanto, es comercializar, directamente, los productos ofrecidos por las empresas turísticas de cada territorio. La ejecución del proyecto ha implicado las siguientes etapas:

- > instalación de 156 ordenadores, 14 en los locales de los grupos LEADER y 142 en las empresas participantes. La mayoría de estas empresas son de pequeño tamaño (uno o dos empleados); cubren casi toda la gama de productos turísticos y de ocio (casas rurales, hoteles, apartamentos, albergues, campings, deportes al aire libre, visitas guiadas, actividades culturales, gastronomía, etc.). El conjunto dispone de una capacidad de alojamiento de 5.000 camas;
- > instalación de un servidor Internet;
- > recopilación de datos sobre las prestaciones de los 142 operadores turísticos (fechas, camas, tarifas, servicios, descuentos, etc.);

> formación de los participantes en el proyecto (los técnicos de los 14 grupos de acción local así como los operadores turísticos que utilizan un medio informático en sus establecimientos). Se trata de una formación personalizada, suministrada en las mismas empresas.

> promoción y difusión del proyecto. En este sentido hemos editado 5.000 ejemplares de folletos, que distribuimos en las ferias de turismo en las que participamos (sobre todo FITUR en Madrid) y en las agencias de viajes y tour-operadores.

Los programas informáticos utilizados son “TURCENTRAL” (para la gestión de datos sobre las reservas) y “TURINTER” (para el tratamiento de imágenes). Al principio, este material nos causó algunos problemas ya que no está totalmente adaptado a las características específicas del turismo rural (alojamientos dispersos de baja capacidad) ni a los métodos contables utilizados generalmente por parte de los pequeños operadores. No obstante, poco a poco, se han podido resolver estos problemas.

La central funciona desde hace poco tiempo, así que no se pueden evaluar seriamente sus resultados. En agosto de 1998, tuvo lugar en Riopar, en la Sierra del Segura (Castilla-La Mancha) un encuentro entre los operadores que participan en PARALELO 40. Los participantes – un centenar – reflexionaron sobre las perspectivas de desarrollo del sistema. Estas perspectivas, al parecer, pasan inevitablemente por la creación de una estructura organizativa de tipo asociativo, que gestionaría las ventas efectuadas por la central, y por la ampliación de la cobertura geográfica de la red: de este modo, estamos estudiando la posibilidad de incluir en PARALELO 40 zonas LEADER de Italia y Grecia. Por otro lado, con una perspectiva de rentabilidad óptima, creemos que los equipamientos ya instalados podrían servir para comercializar otros productos distintos a los relacionados con el turismo: artesanía, productos agroalimentarios, etc. <

Web: www.paralelo40.org



En el ámbito de los servicios a las empresas, el factor de crecimiento consiste en desarrollar actividades que requieran un alto nivel de conocimientos, que aprovechan de la mejor manera el conocimiento y técnica acumulados en la experiencia local, pero que también son capaces de transformarse en teleservicios. No obstante, el cambio de mentalidad más radical que tiene que darse, afecta sobre todo a los servicios públicos. El informe "Construir una sociedad de la información para todos" (1) es muy claro al respecto: el informe recomienda conseguir que los servicios públicos sean un motor de crecimiento en la sociedad de la información emergente. Propone tres recomendaciones concretas: orientar los servicios públicos de la infraestructura hacia el contenido; mejorar la eficacia de los servicios públicos; convertir los servicios públicos en un modelo de prestación de servicios.

Prioridad a los recursos humanos

Afirmar que los recursos humanos deben ser una prioridad en las estrategias de desarrollo local o regional puede parecer una evidencia. Sin embargo, la misma expresión "invertir en las cualificaciones" es reciente y la educación pocas veces se considera, aún hoy, como una inversión a largo plazo. En el pasado, se ha preferido a menudo invertir en autopistas, parques empresariales o en ayudas materiales a las empresas, antes que invertir en formación, investigación y desarrollo o en la actualización de las cualificaciones.

El trabajo a distancia, el desarrollo de los teleservicios o la explotación de las redes favorecen el nacimiento de nuevos oficios o nuevas funciones, que requieren la adquisición de nuevas cualificaciones. Entre estas, hay cualificaciones especializadas en tecnología, gestión y asesoramiento. Es el caso, sobre todo, de las personas implicadas en la creación, estructuración y comunicación de la información que circula por las redes: editores, autores, diseñadores gráficos, gestores de redes, creadores de servicios en línea, consultores, etc. También es el caso de las personas implicadas en el funcionamiento y disfuncionamiento de las redes: técnicos de

mantenimiento, especialistas en ayuda en línea, especialistas en seguridad, vendedores cualificados, asesores de las PYMES o de las administraciones, etc.

Pero esto no es todo. En un sentido más amplio, el desarrollo de los teleservicios y del trabajo a distancia requiere asimismo cualificaciones que no son técnicas, ligadas a la funcionalidad de los servicios, y que afectan a un gran número de empleos actuales y futuros. Se trata, sobre todo, de aptitudes de comunicación, capacidad de gestionar las circunstancias y acontecimientos singulares, etc. No siempre se trata de cualificaciones de muy alto nivel, sino muchas veces se trata de conocimientos nuevos, difíciles de adquirir en los pupitres de la escuela o de la universidad. Por lo tanto, una de las tareas principales de las agencias públicas de formación es velar por que exista una oferta estructurada en estos ámbitos. La necesaria actualización permanente de las cualificaciones no afecta sólo a los trabajadores, también afecta a los dirigentes de las empresas. Las cualificaciones y cultura empresarial siempre figuran entre los factores clave del éxito en los usos de las tecnologías avanzadas. En el desarrollo del trabajo a distancia, de los teleservicios y de los otros usos de las tecnologías avanzadas de la comunicación, finalmente los factores humanos son los determinantes. Más allá de umbral mínimo de calidad y de accesibilidad, las cuestiones relacionadas con la infraestructura pasan a un segundo plano.

Controlar los riesgos y explotar las potencialidades del trabajo a distancia

Las tecnologías avanzadas de la comunicación y la reestructuración de las actividades de servicios abren el camino a una expansión del trabajo a distancia. Aunque, como cualquier evolución económica, el trabajo a distancia presenta riesgos.

El riesgo más importante, es sin lugar a dudas, una mala gestión de la flexibilidad, donde el trabajo a distancia se utiliza para explotar a una mano de obra adicional, a merced de las fluctuaciones de los precios y mercados. El trabajo a distancia contribuye, de este modo, a desarrollar el empleo precario, de corta duración. Fomenta el empleo para las personas más rentables y deja permanentemente a los demás en un estado precario. Se trata de un escenario muy peligroso a nivel social y económico. Asimismo, puede incrementar las diferencias entre las regiones.

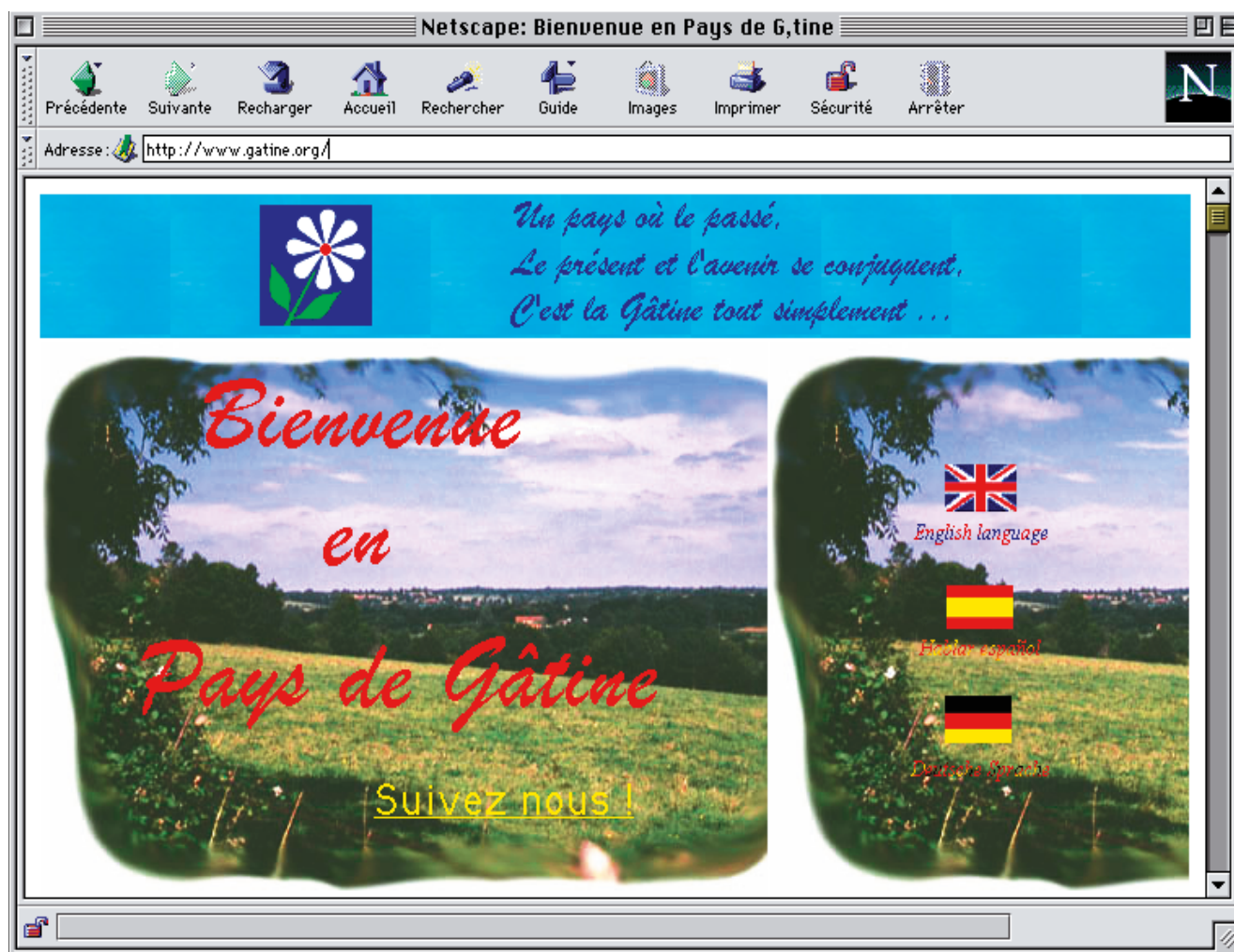
En cuanto al riesgo de deslocalización, es efectivamente importante para las actividades de bajo valor añadido o para aquellas que dependan exclusivamente de las estrategias de grupos industriales cuyos centros de decisión estén ubicados en el extranjero. Los servicios más fáciles de deslocalizar son aquellos servicios genéricos de tratamiento de datos a distancia o las prestaciones especializadas pero estandarizadas, como la programación informática.

Controlar estos riesgos, significa utilizar las bazas necesarias que eviten la mala gestión de la flexibilidad e impidan unas deslocalizaciones demasiado fáciles: aprovechar las características específicas del recurso humano a nivel local, modernizar los servicios comerciales y no comerciales, y crear un clima social favorable a la innovación, son precisamente los elementos que LEADER quiere desarrollar. <

Uno de los hitos interactivos que la red rural belga-germana-luxemburguesa KOBOLD instalará en Ardenne-Eifel



(1) Informe del grupo de expertos de alto nivel sobre los aspectos sociales de la sociedad de la información, Dirección General V de la Comisión Europea, Bruselas, 1997. Disponible en todos los idiomas de la Unión.



Internet al servicio del desarrollo de Gâtine
(Poitou-Charentes, Francia)

Los “Gâtinautas”

En la zona LEADER Pays de Gâtine, las redes virtuales se yuxtaponen al denso tejido de redes locales de solidaridad, reforzando así la integración y la eficacia de las acciones de desarrollo llevadas a cabo.

Pregunta 1 : ¿cuál fue, en 1998, la única ciudad francesa donde se podían hacer las compras a través de Internet, en un “supermercado virtual” (9.000 productos registrados) ? Respuesta : Parthenay, capital del “Pays de Gâtine”, departamento de Deux-Sèvres, región de Poitou-Charentes, 11.000 habitantes, con sus murallas, su iglesia románica, su mercado de ganado y, desde 1996, sus “centros de recursos digitalizados”...

Pregunta 2 : pero, ¿qué es un “centro de recursos digitalizado” ? Respuesta (de Jérôme Chausson, joven animador de la “Casa de la Ciudadanía activa” en Parthenay) : “es un lugar accesible a todos, donde se pone a disposición del público, ordenadores, scanners, impresoras, conexión a Internet, buzón para correo electrónico y páginas Web creadas por los habitantes. Todo el servicio

es gratuito y, llegado el caso, se ofrece asistencia técnica.”
“Los centros digitalizados ahora forman parte del patrimonio de Parthenay, añade Jérôme. Prueba de ello, es que están integrados en el circuito de visitas guiadas de la ciudad.”

Visitar los seis centros de recursos digitalizados de Parthenay, es como visitar los castillos del Loira : todos se parecen y sin embargo son diferentes, dado que cada centro, gira en torno a un tema y tiene un público específico : la Casa de la Ciudadanía activa tiene vocación social. Es de alguna manera como una especie de ventanilla única de ayuda a las iniciativas locales y a la creación de asociaciones. Además de disponer de un equipamiento informático completo, también acoge asimismo una agencia de empleo y un centro de orientación profesional. Los otros centros “parthenarios” – ¡ un eslogan local ! – están situados, respectivamente, en el ayuntamiento (servicios administrativos de proximidad), en un parque empresarial (vocación económica), en el Palacio de congresos (vocación comercial y turística), en la biblioteca-mEDIATECA (vocación cultural) e incluso en la “Casa de los juegos” (vocación lúdica). Cada espacio tiene una afluencia de 50 a 100 personas al día. En todo el conjunto hay diez empleados

—► permanentes, a cargo de acoger y asistir a los usuarios que lo deseen, en el manejo de los diferentes medios informáticos. Esta asistencia, que supone una de las principales características de estos centros, es cada vez más intensa, a medida que se va extendiendo el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC): en septiembre de 1998, el distrito de Parthenay (17.000 hab.) contaba con 2.100 direcciones electrónicas privadas, sobre un total de 7.500 familias.

Mercado electrónico

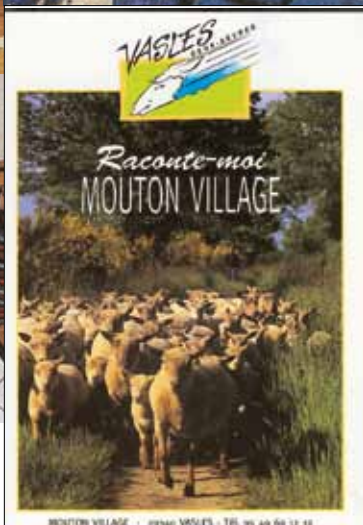
“Muchas cosas son posibles porque estamos en un entorno tecnológico favorable”, afirma Patrick Martine, director del mercado de Parthenay. Este mercado “de común acuerdo”, tercer mercado ovino, cuarto mercado bovino de Francia y pronto el primer mercado de ganado presente en Internet, es un poco el interfaz entre la informatización masiva del municipio de Parthenay (véase cuadro) y los pueblos de la región de Gâtine. En este país de cría de ganado, el uso directamente económico de la telemática se podrá propagar hasta alcanzar los lugares más alejados de esta zona desfavorecida de Poitou, en gran medida gracias a la digitalización del mercado. Existente desde el siglo IX, el mercado de Parthenay se había convertido en los años 70 en el primer mercado de Francia en bovinos de carnicería, pero la crisis de finales de la década de los 80 le hizo perder un tercio de sus ingresos. Entonces, los criadores de ganado de la Gâtine decidieron reaccionar y llegar a un acuerdo sobre la calidad. Para ello, eligieron un “producto-motor” local: la raza bovina Parthenesa, sabrosa pero abandonada a causa de la agricultura intensiva, dado que, no es suficientemente adecuada para la producción de leche ni para la de carne según los estándares de producción.

En 1990 se creó una “Asociación para la promoción de las Carnes de Calidad Superior” (APVQS) que agrupa actualmente a unos 200 criadores de bovino y ovino (de los cuales 40 son agricultores biológicos). Entre 1990 y 1994, la asociación reestructura los dos sectores, organiza diversas animaciones de promoción y obtiene tres sellos de calidad tanto para la carne ovina como bovina. Orgullosa de sus resultados, la APVQS elabora un programa de cinco años con el fin de mantener el objetivo de mejorar los dos sectores. Este plan le sirvió para ser elegida, en 1995, como responsable de la medida Agricultura de LEADER II, basada fundamentalmente en la valorización de los sectores ovino y bovino de la Gâtine y apoyándose, sobre todo, en la utilización de las TIC. En este sentido, se trata ante todo de crear un “observatorio del ganado” al servicio de los criadores, del mercado y del matadero de Parthenay. *“El proyecto incluye dos medidas, explica Patrick Martine: hacer que las transacciones del mercado sean totalmente transparentes y garantizar el marcado de los animales. En lo que se refiere a la primera medida, la acción consiste en crear un dominio Internet y poner a disposición de los criadores-vendedores una serie de ordenadores durante las horas de mercado, de forma gratuita, para que puedan, por ejemplo, conocer las cotizaciones en tiempo real, informarse sobre la solvencia de los compradores, en resumen, disminuir los riesgos de llevar a cabo malas operaciones comerciales. En cuanto al marcado, de aquí a la primavera de 1999, se aplicará un sistema de códigos de barras: este sistema permitirá, entre otras cosas, armonizar las relaciones entre criadores y mataderos, sobre todo en lo referente al peso del animal pagado realmente.”*

“Todo esto es un primer paso hacia el mercado electrónico” añade Thierry Rochette, animador de la APVQS, responsable de dirigir la operación, para la cual LEADER aportará 15.000 ECU.

Centro digitalizado de Thouars: escolares y habitantes de Gâtine se benefician del “Plan Net” establecido por las autoridades departamentales





*"Oveja-Pueblo"
propone numerosas
actividades
a los niños*

Conectado a la Gâtine (www.gatine.org/)

"!No habiendo conseguido la autovía, por lo menos podíamos conseguir la autopista de la información !", exclama Benoît Michenot, animador de desarrollo para el grupo de acción local (GAL). "Gâtine" es un término antiguo que significa "ciénaga o tierra pantanosa y estéril, a consecuencia de la impermeabilidad del subsuelo" según el diccionario. "Las 'Tierras fangosas de Parthenay', cómo se decía antes", confirma Yves Pacaud, responsable del desarrollo de las nuevas tecnologías en el GAL. "Eramos los 'fangosos'. Era un país cerrado. Las comunicaciones siempre han sido difíciles : !imagínese, a finales del siglo XIX, todavía nos cruzábamos con sillas de manos ! Aunque este aislamiento de la Gâtine ha generado una solidaridad extremadamente importante que se ha visto reflejada recientemente en un movimiento asociativo muy dinámico. Añada a esto las nuevas tecnologías y comprenderá cómo podemos empezar a hablar de una `economía de redes."

Gracias a la convicción de ciertos representantes políticos – sobre todo a Jean-Marie Morisset, presidente del GAL –, la experiencia telemática de Parthenay ha sido trasladada al medio rural por parte de las autoridades departamentales y regionales. Las nuevas tecnologías vienen a coronar, en cierta medida, el voluntarismo de una estrategia territorial "de país" que se inició en los años 70. "La apuesta del País de Gâtine, afirma Dominique Brouard, director del GAL, es el desarrollo basado en medios logísticos frágiles pero, al mismo tiempo, basado en redes de desarrolladores y empresarios fuertes. Esta estrategia cuenta con el apoyo de las autoridades territo-

riales a todos los niveles y con la intermunicipalidad – la Gâtine cuenta con 7 mancomunidades que han contratado, cada una de ellas, a uno o dos agentes de desarrollo. Por lo tanto, se creó un entramado de recursos muy firme. La creación de centros digitalizados en cada cantón y la creación, de aquí al verano de 1999, de un correo electrónico entre los servicios administrativos de los 76 municipios de la Gâtine, deberían servir de apoyo para superar la mediocridad de las vías de comunicación, para formalizar electrónicamente las redes del desarrollo local y, en un futuro próximo, para reactivar nuestro territorio."

Oveja-Pueblo

Esta reactivación del territorio ya está avanzada en Vasles. Aquí, el partenariado entre las autoridades locales, las fuerzas vivas del pueblo y el movimiento asociativo (24 asociaciones para 1.650 habitantes) han hecho maravillas : el proyecto "Oveja-Pueblo", que ha transformado totalmente al municipio, es un ejemplo de integración de los sectores – social, agrícola, cultural, turístico – particularmente conseguido.

Vasles y sus alrededores no viven más que de la oveja de carne. En 1990, fue la crisis : los precios de los corderos franceses se hundieron. Ya nadie apostaba por el futuro del sector, salvo precisamente el alcalde del municipio, Gilles Parnaudeau, y otros tres "visionarios", que eligieron ese momento para llevar a la práctica su gran idea : hacer de la cría de ganado ovino una palanca impulsora del desarrollo local. "Transformar un territorio amenazado por la desertización en un `territorio-recurso", explica Christian Proust, uno de los "padres

METASA, MIND, IMAGINE... Europa ayuda a los pequeños municipios a conectarse : el ejemplo de Parthenay

La generalización del uso de la telemática en Parthenay, pequeño municipio de un país donde el uso de Internet todavía no está muy extendido, tiene sus raíces en el proyecto “Ciudad digitalizada” iniciado por el municipio en 1994 y cuyo fin era que los “ciudadanos fueran agentes creadores del municipio” (1).

En 1996 se puso en marcha METASA (2). Este programa piloto de un año de duración, iniciado por la Dirección General XIII de la Comisión Europea, consiste en :

- > conseguir que varios pequeños municipios europeos se conviertan en un laboratorio, de tamaño real, para experimentar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) ;
- > adoptar una acción conocida como “social-pull”, que integra en la medida de lo posible a los ciudadanos en el proyecto, partiendo de sus necesidades y procurando que sean co-creadores de servicios y no sólo “consumidores-cobayas”.

Además de Parthenay, en METASA participan Arnedo (La Rioja) en España, Weinstadt (Baden-Würtemberg) y Torgau (Sajonia) en Alemania. Asimismo, formaban parte del proyecto varias empresas importantes de informática, seis universidades y centros de investigación.

“Para identificar las necesidades de la población, enviamos una encuesta, de unas veinte páginas a 7.500 familias, explica Hervé Denudt, responsable de desarrollo al servicio económico del distrito de Parthenay. “El nivel de respuesta ha sido muy satisfactorio : 25%. Las respuestas han permitido identificar siete tipos de actitudes frente a las nuevas tecnologías, que corresponden a tres perfiles psicológicos: los “utópicos”, los “esperanzados” y los “contrarios”. A partir de estos perfiles, se establecieron tres grupos de debate homogéneos – es decir, ¡ 300 personas en total !. Los resultados de estos intercambios han permitido identificar tres ámbitos principales de utilización de las tecnologías de la información para el público en general : la cultura, la economía y el ámbito social.”

En 1997, Parthenay se benefició de un programa europeo de sensibilización y demostración del uso de las TIC : en el marco del proyecto MIND (3), lanzado por la Dirección General de Industria (DG III), se instalaron servicios telemáticos interactivos en el municipio. La operación originó la creación de una red Intranet y dos “centros de recursos digitalizados” (véase artículo principal).

El mismo año, el municipio de Parthenay lanzó la operación “Mil Micros” : siempre con la óptica de una apropiación de las TIC por parte de la población, se trataba de conseguir que cualquier ciudadano pudiera comprar un ordenador a un precio razonable. A tal efecto, el municipio negoció con France Telecom y una importante empresa de ordenadores. Previo pago de 1.000 ECU, cada habitante de Parthenay pudo disponer de un ordenador y beneficiarse gratuitamente de 200 horas de conexión a Internet de día, durante dos años.

En 1998, se puso en marcha otro programa de la Dirección General XIII, el programa IMAGINE, ampliación de METASA. Al mismo tiempo, se reactivaron asimismo los sectores de la educación y la formación : todos los centros escolares del distrito ya están conectados y se han formado grupos de trabajo para elaborar acciones conjuntas, utilizando las TIC : puesta en común de los centros de documentación y creación de un conjunto de servicios educativos. Aunque no se hayan materializado todos estos proyectos, se constata que la “digitalización” de Parthenay ya está teniendo un “efecto pedagógico” positivo, sobre todo en términos de inserción socio-profesional. El ejemplo más espectacular es el de un joven en situación de fracaso escolar que descubrió una pasión por Internet, expuso sus poemas en



La “Casa de la Ciudadanía activa” en Parthenay

la “red” y fue contactado por un editor alemán que deseaba utilizarlos en sus manuales escolares...

“Aquí todas las empresas bailan al son de las nuevas tecnologías”, concluye Hervé Denudt. Según el responsable del servicio económico del distrito de Parthenay, el impacto de todos los proyectos inscritos en la campaña “ciudad digitalizada” es considerable:

- > las empresas existentes se ven fortalecidas – es por ejemplo el caso de una empresa local centenaria, fabricante de artículos de broma, que desde hace años goza de una gran expansión en todos los lugares francófonos ;
- > surgen nuevos servicios – además de la experiencia del “supermercado virtual” que ha generado tres empleos, una gran cadena de bricolage, con sede en Parthenay, se ha lanzado a la venta por correspondencia. Asimismo se ha previsto crear, en el marco de la necesaria reactivación de los comercios céntricos del municipio, un sistema de centralización de pedidos enviados a los pequeños comerciantes a través de Internet ;
- > se instalan empresas nuevas – de este modo se han instalado 12 empresas informáticas, creando 30 empleos y, a su vez, un gran distribuidor de muebles ha elegido Parthenay para experimentar una nueva organización de sus ventas, del tipo “cero-stock” ;
- > han aparecido nuevas microactividades innovadoras, como por ejemplo, el caso de una emprendedora local que alquila “casas móviles” a sus clientes, sobre todo holandeses, por toda Francia, o el caso del vendedor de zapatos que, convertido en internauta, descubrió un nicho de mercado : las tallas especiales, y ahora responde a pedidos de Suiza, España y otros lugares... <

>> Web : www.district-parthenay.fr

(1) Michel Hervé, alcalde de Parthenay, en “Le Monde” del 9 de diciembre de 1996.

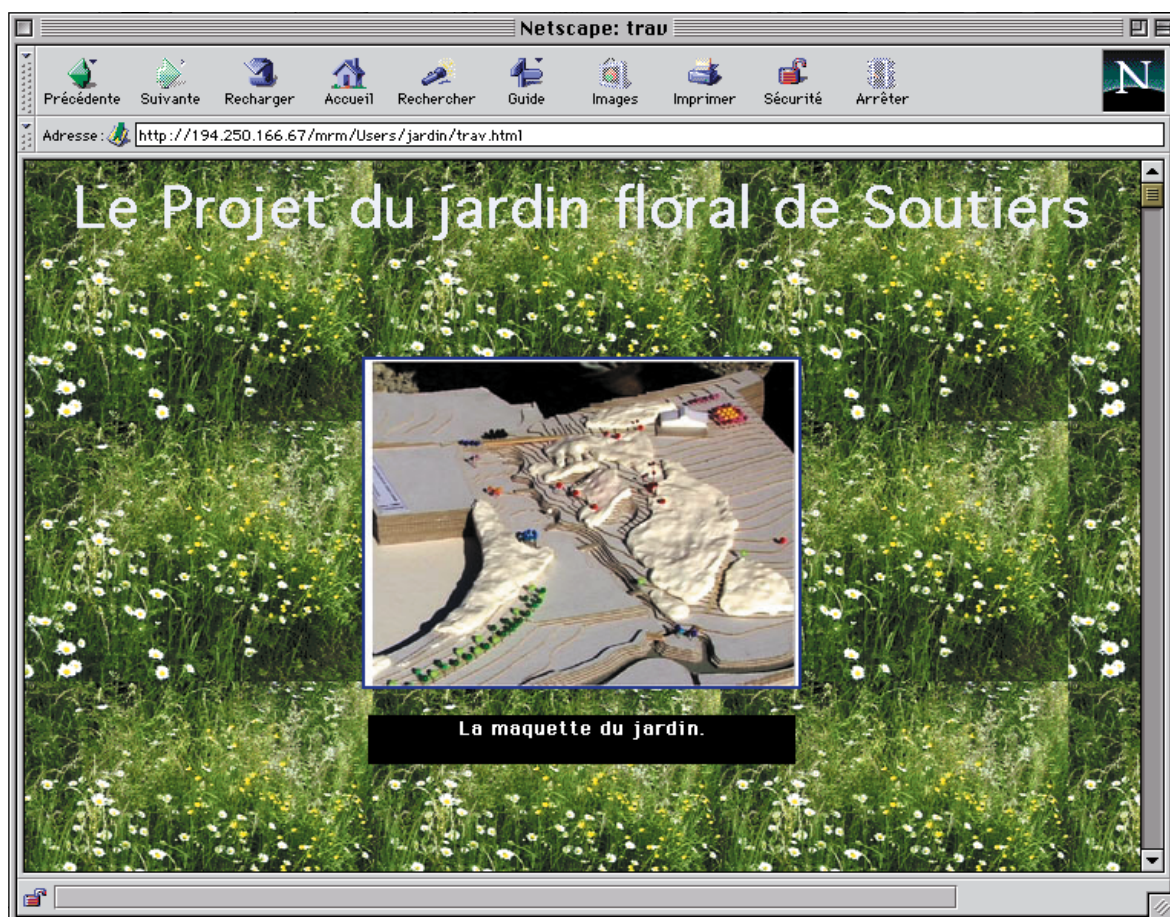
(2) METASA : Multimedia Experimental Towns with A Social-pull Approach (Ciudades experimentales multimedia dentro de una acción social).

(3) MIND : Multimedia Initiation of the Digital Towns (Iniciación multimedia de los municipios digitalizados).

—► fundadores” de “Oveja-Pueblo”. *“Aprovechar el saber de los hombres por todos los medios : producir una oveja de calidad superior respetando el medio ambiente, venderla al mejor precio, promocionar el sector y utilizarlo como atractivo turístico. Simplemente, ; llevar a cabo una revolución cultural en el pueblo !”*

Se empezó construyendo un mercado cubierto. En 1991, los iniciadores del proyecto consiguieron convencer a siete y, más tarde, a 15 criadores de ganado sobre la conveniencia de “producir el mejor cordero del mundo”. Se estableció un pliego de condiciones que desembocaría en un label y, más tarde, en una empresa de comercialización que ha firmado, durante el verano de 1998, un contrato de suministro de corderos de alta calidad con una gran cadena de supermercados. No obstante, si volvemos a analizar toda la labor realizada, a día de hoy, podemos ver que cada año se han hecho varias cosas : en 1992 se renovó totalmente el centro del pueblo ; en 1993, se abrió el “Jardín de los corderos”, donde se alojan de un modo muy atractivo a una veintena de razas ovinas, algunas de ellas amenazadas de peligro de extinción, procedentes del mundo entero ; en 1995, se construyó la “Casa de la Oveja”, un amplio edificio, donde se presentan en forma de talleres, o de espectáculo de robots, etc. todas las facetas de la actividad ovina a través de las diferentes épocas y continentes – el punto de venta garantiza el “comercio equitativo” de artículos de lana procedentes de diferentes países. Todo el conjunto forma un complejo turístico de una decena de hectáreas, que está totalmente integrado en el pueblo y atrae cada año a más de 35.000 visitantes. *“La gente empezó a creer en el proyecto cuando vieron los primeros autobuses de turistas”*, recuerda Christian Proust. *“Actualmente, están muy orgullosos. Incluso se puede hablar de un cierto clima de proyectos en Vasles. Se puede decir que “Oveja-Pueblo” ha generado 12 empleos directos y unos quince indirectos, sin contar el mantenimiento de los criadores. Justamente éste es el gran reto de ahora : procurar que dentro de diez años haya criadores. Para ello, tenemos planes de crear una “eco-granja” para formar a los jóvenes...”*

Mientras tanto y con LEADER, “Oveja-Pueblo” ha iniciado una acción de cooperación transnacional para “abrirse a otras prácticas y mantener la movilización de los habitantes”. 150 españoles de la zona LEADER Tierra de Campos (Castilla-León), que comparte el mismo contexto y las mismas preocupaciones, vinieron a Vasles en marzo de 1997 ; 100 gâtineses les devolvieron la visita en julio de 1998. El grupo LEADER portugués Basto también se ha unido a la acción, bautizada con el nombre de “Red europea de las Ovejas y los Hombres”. —►



Visita virtual de un Jardín de Gâtine

Mimar a Gâtine

La experiencia de "Vasles-Oveja-Pueblo" es la principal referencia para un eje importante de la estrategia de LEADER: la creación de cuatro jardines temáticos centrados respectivamente en las aves, la geología, la fantasía y la botánica. *"Se trata de crear un producto original que pueda en cierta medida "dispersar" las afluencias de turistas sobre el conjunto de la región de Gâtine, manteniendo, a su vez, un patrimonio natural y paisajístico de calidad. Crear jardines en este gran jardín que es la Gâtine"*, señala de forma simpática Valérie Rocher, que dirige la creación del jardín floral de Soutiers. Otro interés de la operación "jardines de Gâtine", cofinanciada por LEADER por valor de unos 600.000 ECU, es que ha provocado la creación de talleres de inserción basados en "empleos verdes". Soutiers emplea actualmente a 7 antiguos parados de larga duración.

Estos jardines se integran asimismo perfectamente en la estrategia cultural de la Gâtine. Esta región no puede contar con grandes afluencias de turistas pero, gracias a su denso tejido asociativo, se ha convertido en una verdadera "tierra de festivales": además de las animaciones culturales celebradas a lo largo del año, nos encontramos con el festival de Juegos (100.000 visitantes) y tres festivales musicales de envergadura en Parthenay, un festival de Pintura y escultura en St-Loup-sur-Thouet y, cada otoño en el pueblo de Ménigoude (800 hab.), el festival Internacional de Cine Ornitológico que en 14 años de existencia, se ha convertido en uno de los festivales de cine animalísticos más importantes del mundo (30.000 visitantes, decenas de cineastas, unas cuarenta películas en competición y multitud de encuentros basados en la ecología).

"En 1999, se organizará en Gâtine el primer festival Internacional de Arte culinario, anuncia Benoît Michenot. Estos actos movilizan a una cantidad impresionante de voluntarios y sería interesante, en términos de desarrollo, llevar a cabo un estudio completo sobre el fenómeno..."

Todas estas acciones y atractivos de la Gâtine, se encuentran evidentemente, presentes en la red de redes. Pregunta complementaria: ¿dónde se encuentra el ombligo del mundo?

Respuesta: en Pougne-Hérison (380 habitantes), pueblo medieval en el centro de la Gâtine, que organiza cada dos años una especie de espectáculo basado en la fantasía del narrador y humorista Yannick Jaulin y que acogerá, de aquí al año 2.000 un maravilloso "Jardín de las Historias del Mundo". Para saber más sobre el contenido – indescriptible – de este proyecto en el que participa LEADER, basta con navegar por <http://www.gatine.org>. <

LEADER PAYS DE GÂTINE

Superficie del territorio: 1.585 km²

Población: 64.198 habitantes

Financiación LEADER II: 2.500.000 ECU

UE: 880.000 ECU – **Otros fondos públicos:** 1.530.000 ECU

Privado: 90.000 ECU

GAL du Pays de Gâtine

SMAEG

3 rue Henri Dunant, BP 505

F-79208 Parthenay CEDEX

Tel.: +33 5 49 64 25 49 – Fax: +33 5 49 94 21 22

E-mail: michenotbe@district-parthenay.fr

Web: www.gatine.org

Tel

Cuando la telemática
rompe el aislamiento y crea empleos :

Del Tweed a la Tela

Basándose indiscutiblemente en las tecnologías avanzadas **POR NINO PATERNO [*]**
de la comunicación, el grupo LEADER Western Isles, Skye
& Lochalsh ha fomentado la creación de más de 200 empleos de teletrabajo en las
islas Hébridas, al noroeste de Escocia. La difusión de estas tecnologías ha tenido
asimismo una respuesta favorable entre los agentes económicos “tradicionales” :
agricultores, pescadores, artesanos y operadores turísticos. Con motivo del seminario
LEADER “Transformaciones en el empleo y nuevas tecnologías” (junio de 1998), un
periodista italiano ha visitado este “extremo del mundo conectado al mundo”.



“Se busca diseñador gráfico para nueva empresa de producción multimedia en plena expansión, situada en Western Isles de Escocia. Nuestro personal consta de 17 empleados. Nuestro campo de actividad incluye la producción televisiva, los servicios ligados a las tecnologías de la comunicación, el diseño gráfico y la fotografía. Envíe su propuesta a ken@eolas.co.uk”.

Una oferta de empleo entre una treintena anunciadas en octubre de 1998 en <http://www.hebrides.com>, el dominio Web de las islas Hébridas, que reivindica el título del “dominio Internet territorial más grande del mundo”.

Vistas desde un avión, las islas Hébridas u Occidentales, en el extremo noroeste de Escocia, se parecen a un inmenso prado verde salpicado de espejos de agua dispersos en una asimetría casi sobrenatural, de una belleza que corta la respiración. Aquí la insularidad y el aislamiento geográfico han conservado el medio ambiente y las costumbres locales ancestrales, tantas ventajas que empiezan a frenar, e incluso anular, la tendencia multiseccular al éxodo: cada vez hay más jóvenes que deciden quedarse en las islas y que constatan que se instalan nuevos residentes atraídos por la autenticidad de este “extremo del mundo” y, otros atraídos por las posibilidades de trabajo que traen consigo las tecnologías avanzadas de la comunicación.

“Aquí nos encontramos con el porcentaje de diplomados más alto del Reino Unido, afirma Carola Bell, directora del grupo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh, pero el aislamiento geográfico de las islas limitaba considerablemente las posibilidades de empleo. El teletrabajo nos pareció una respuesta realista al problema: la idea era poner esta oferta de mano de obra de alto nivel en contacto con clientes alejados, utilizando las tecnologías de

la telecomunicación combinadas con la cultura del trabajo flexible de los insulares”.

Antiguo agente comercial para una empresa informática, Donnie Morrison forma parte de los que han optado por instalarse en las islas: “yo estaba en viaje de negocios en España en 1989. Hablando de ordenadores portátiles, alguien dijo que en diez años muchos trabajos se podrían realizar a domicilio, con la comodidad de estar en casa. La idea al principio me dejó escéptico pero luego empecé a reflexionar sobre ello y acabé acariciando la idea de volver a vivir en mi región, es decir aquí. Junto a mi familia, nos instalamos en 1994 en la isla de Lewis. Ese año me encargaron de dirigir el estudio LEADER sobre las posibilidades locales de trabajo a distancia, el interés de los habitantes por la fórmula, las cualificaciones disponibles, los mercados potenciales, etc.”

Este estudio-acción desembocó en la creación del ITC (“Western Isles Information and Communication Technology Advisory Service” / Servicio-asesoría sobre tecnologías de la información y la comunicación para las Islas Hébridas) con el apoyo económico del FEDER (Objetivo 1), del Consejo de las Islas Hébridas y de la agencia local de desarrollo que gestiona LEADER desde 1992. La dirección de la estructura fue confiada a Donnie Morrison.

El ICT logró elaborar un fichero de posibles “teletrabajadores”: unas 500 personas (600 en 1998) – residentes o deseando instalarse en las islas – fueron censadas y quedaron registradas sus cualificaciones. Como no existía, a nivel local, ninguna empresa en el sector del teletrabajo, el ITC creó, en la isla de Benbecula una empresa de responsabilidad limitada “Lasair”, con el fin de gestionar los contratos firmados con clientes situados en cualquier lugar del mundo.

Lasair

En 1995, Lasair fue capaz de responder a una primera convocatoria de propuestas y lograr un importante contrato con un editor americano especializado en indización y en la puesta en línea de publicaciones comerciales y económicas. Las revistas en formato papel, son enviadas de California por correo y a continuación son distribuidas por Lasair a 35 trabajadores a domicilio, de los cuales 30 son mujeres, que se encargan de resumir las publicaciones, de indizar los diferentes artículos, de adaptarlos a las particularidades de la edición electrónica y ponerlos en Internet. Todo el proceso corresponde a un ciclo de 5 a 10 días.

Por el tipo de tareas a cumplir, estos puestos de teletrabajo constituyen una actividad de un valor añadido real, que supera la simple codificación de datos ya que también implica tener conocimientos en redacción, reescritura, relectura, infografía, etc. “Un contrato que experimentamos en 1996 con la Dirección escocesa de la Salud nos mostró que la pura codificación ‘mecánica de datos’ no era rentable ya que está muy sometida a la competencia de los países del Tercer mundo”, señala Donnie Morrison.

Informática accesible a todos:
formación a distancia





Isla de Lewis: una sensación de estar en el fin del mundo...

Desde entonces, se han añadido otros muchos contratos, entre los cuales se pueden citar: la realización de síntesis de documentos, la indización y la puesta en línea de los Servicios de Criminología del Ministerio del Interior Británico; la puesta en CD-Rom de todos los números del "Scots Law Times", periódico jurídico escocés; la conversión en soporte electrónico (Internet, CD-Rom) de numerosas obras científicas editadas por las prestigiosas editoriales de la Universidad de Oxford (contrato de dos años firmado en enero de 1997 y que da trabajo a más de 50 personas en jornada completa). Lasair coordina de este modo las prestaciones de un centenar de teletrabajadores independientes, garantizando al mismo tiempo el control de calidad. LEADER ha aportado 35.000 ECU para garantizar una formación especializada a los teletrabajadores. Con el tiempo, los conocimientos requeridos para formar parte de este "pool de teletrabajo" han evolucionado: la capacidad de escribir correctamente en inglés y de poseer conocimientos científicos o médicos, por ejemplo, han tomado la delantera sobre los conocimientos puramente informáticos, dado que estos pueden adquirirse en el marco de formaciones adaptadas a las características propias de cada contrato.

Hébridas virtuales (<http://www.hebrides.com>)

El éxito de Lasair ha generado imitaciones y han surgido otras iniciativas en las islas, basadas en el uso de la telemática. Entre estas, la empresa "Eolas" que, con una financiación LEADER de 43.000 ECU, ha creado el dominio Web "Virtual Hebrides" (<http://www.hebrides.com>), una verdadera enciclopedia de las islas por las informa-

ciones tan extremadamente variadas que contiene, ofreciendo al mismo tiempo servicios muy concretos a los usuarios: ofertas de empleo, reservas turísticas, etc. Después de tres años de actividades multimedia – Eolas se limitaba antes a la producción audiovisual – los resultados de la empresa son totalmente impresionantes: 180 contratos de teletrabajo, 18 empleados a jornada completa, 4 servidores y un servidor-espejo en Glasgow, un departamento especializado en la elaboración de programas informáticos y la creación de bases de datos, etc. En cuanto al ITC, en 1998, estaba inmerso en la materialización de su nueva creación: un centro de llamadas, instalado en un edificio de 750 m², situado en el parque de actividades de Stornoway. Coste de la inversión: 2 millones de ECU. Antes, incluso, de finalizar las obras, el centro ya había firmado un contrato con un operador telefónico, un contrato que podría generar 70 empleos y un volumen de negocios que rondaría el millón de ECU. El centro alojará asimismo oficinas del ICT para una mayor comodidad y sobre todo, para una mayor eficacia en términos de servicios prestados.

Difusión

Responsable de las nuevas tecnologías en la Skye & Lochalsh Enterprise, agencia de desarrollo para los dos territorios del mismo nombre, Alastair Nicolson sigue siendo realista: *"lo que afecta mucho a nuestro territorio son los graves problemas de comunicación, tanto en el interior del archipiélago como con la parte continental de Escocia. Un desplazamiento profesional requiere a veces un día entero de coche: las carreteras son muy estrechas y, a menudo, hay que coger varios ferries. La telemática nos acerca los unos a los otros y al mismo tiempo nos une*



Stornoway, capital de las islas Hébridas

al resto del mundo, rompiendo definitivamente el aislamiento milenario que han sufrido estas islas”.

Siguiendo esta lógica de romper el aislamiento del territorio, el grupo LEADER participa en la difusión de las tecnologías de la información a través de las islas. De este modo, se han ido instalando telecentros en los pueblos aislados. En Port of Ness, en el extremo norte de la isla de Lewis, una sala multimedia provista de diez ordenadores permite a todos los habitantes acceder a todas las posibilidades ofertadas por las tecnologías de la comunicación, desde las más lúdicas a las más pedagógicas: el Lews Castle College, antena de la Universidad de las Highlands & Islands, ha puesto en marcha un programa de formación a distancia, mientras que a su vez, la instalación de un sistema de videoconferencia permite a los insulares seguir los cursos dados por la Universidad o consultar en línea la biblioteca de esta red de formación a distancia que cuenta con la participación de una docena de centros de enseñanza superior. Este equipamiento permite asimismo que el consejo de administración del grupo LEADER se pueda reunir periódicamente, evitando desplazamientos largos y difíciles a través del archipiélago.

“Hasta no hace mucho tiempo, habría sido impensable para estos pueblos disponer de tales servicios, señala Carola Bell. “Al principio no teníamos ni idea del impacto que podía tener la telemática en la gente. Cuando empezó LEADER I, tuvimos que hacer frente a la desconfianza inherente a la mentalidad insular. Nuestra acción, por lo tanto, estuvo centrada al principio en la promoción de la cultura local. De este modo, el primer objetivo de la red de enseñanza a distancia fue promocionar el idioma gaélico, en vías de desaparición hace diez años y, hoy en día, hablado, leído y escrito por el 70% de la población. Esta promoción de la lengua escocesa desembocó en la realización de productos culturales en gaélico. Poco a poco, hemos orientado nuestro apoyo hacia la modernización de las actividades productivas tradicionales: la agricultura a pequeña escala, la cría de ganado ovino, la transformación de los productos derivados de la pesca, el hilado del tweed y el turismo. En cuanto al teletrabajo,

nos encontramos con un terreno fértil. Su implantación se ha visto favorecida por la fuerte tradición de pluriactividad que existe en las islas. Su desarrollo requiere fundamentalmente una asistencia en términos de formación para luego adaptarla a las características propias de cada proyecto”. De hecho, el interés por las nuevas tecnologías supera ampliamente el ámbito de los teletrabajadores. Todos los agentes económicos “tradicionales” encuestados – agricultores, pescadores, propietarios de hoteles, artesanos, comparten la misma convicción. “Las tecnologías de la comunicación pueden ser extremadamente útiles para los artesanos, en términos de producción, de comercialización, de innovación...”, afirman Anne Campbell y Margaret McKay, dos tejedoras de la isla de Harris, donde se fabrica el célebre tweed del mismo nombre. Dos ceramistas artísticos, Alex y Sue Blair, así lo confirman: “aplicadas en nuestro sector, estas tecnologías pueden generar empleos suplementarios”. John, empleado en la agencia de empleo de Stornoway, tampoco tiene ninguna duda al respecto: “el gran reto es facilitar la entrada de los jóvenes en el mercado laboral y todo aquello que pueda contribuir a ello, suprimiendo las distancias o modernizando los procesos de producción. Esto tiene un valor estratégico fundamental. Todos los apoyos y recursos disponibles, incluido LEADER, deben dirigirse hacia este objetivo.”

La estrategia, que consiste en valorizar los recursos naturales, culturales y humanos de un territorio, basándose en las ayudas económicas y tecnológicas disponibles, ya está muy avanzada en las Hébridas. Se traduce en la creación de varios cientos de empleos. En lo que se refiere a la utilización óptima de las tecnologías de la información y la comunicación, los territorios rurales desfavorecidos disponen ahora de un modelo, allí, muy lejos, en este archipiélago de los confines de Europa. <

(*) Periodista y responsable del mensual “La Freccia Verde” (La Flecha Verde), revista económica, social y cultural de desarrollo local con sede en Sicilia.

Web : www.stepim.it/STEPIM/lafrecciaverde

LEADER WESTERN ISLES, SKYE & LOCHALSH

Superficie del territorio: 5.600 km² (Western Isles: 2.901 km²)
Población: 41.000 habitantes (Western Isles: 31.456 hab.)
Financiación LEADER II: 7.500.000 ECU
UE: 3.125.000 ECU – **Otros fondos públicos:** 3.125.000 ECU
Privado: 1.250.000 ECU

Western Isles, Skye & Lochalsh LEADER Programme

3 Harbour View
Cromwell Street Quay
UK-Stornoway (Isle of Lewis)
HS1 2DF (Scotland)
Tel: +44 1851 703 703
Fax: +44 1851 704 130
E-mail: wisleader@sol.co.uk
Web : www.hebrides.com/leader/index.htm

Rural Europe : nuevos servicios en línea disponibles

Desde hace un año ya, la base de datos que contiene las direcciones de todos los beneficiarios LEADER (919 referencias) está disponible en el web Rural Europe. Los datos son actualizados todos los meses.

A partir de esta lista de direcciones, están disponibles, a medida que estos datos han sido enviados al Observatorio europeo LEADER :

- > la descripción de 360 territorios LEADER (noviembre de 1998) que incluye los datos sobre la demografía, economía, estructura del grupo de acción local, su proyecto de desarrollo y su presupuesto ;
- > la presentación de las acciones realizadas por los grupos de acción local – se trata de breves resúmenes de cada proyecto,

clasificados por temas genéricos e indizados con ayuda del thesaurus multilingüe de desarrollo rural "RURALVOC" ;

- > las propuestas de cooperación transnacional – los promotores de proyectos pueden enviar sus propuestas de acción a través de un formulario disponible en línea. Cabe destacar que el boletín mensual de información INFO-LEADER también se puede teledescargar en su totalidad (utilizando el programa informático "Acrobat") y que durante los doce últimos meses, ya son más de 40.000 personas, procedentes del mundo entero, las que han consultado el dominio Rural Europe.

Contacto : Observatorio europeo LEADER a/s Katalin Kolosy / Franco Perretta

Seminarios LEADER

El Observatorio europeo LEADER organiza de aquí al mes de abril de 1999 una serie de tres seminarios. Cada encuentro se celebrará en una zona donde el Gal disponga de la experiencia pertinente en el tema que se vaya a tratar. Los programas, idiomas y lugares definitivos estarán disponibles dos meses antes de la fecha de celebración de la actividad.

Contacto : Observatorio europeo LEADER, Unidad "Organización"

- > **"La financiación privada, un recurso capital"**

Fechas : 27-31 enero de 1999. Idiomas : español/griego/francés. Lugar : zona LEADER Moncayo (Aragón, España).

- > **"Investigación & Desarrollo rural"**

Fechas : 6-10 marzo de 1999. Idiomas : inglés/alemán/francés. Lugar : Holanda (sin confirmar el lugar exacto).

- > **"La clientela familiar, un nicho para el turismo rural"**

Fechas : 24-28 marzo 1999. – Idiomas : alemán/inglés/portugués. Lugar : zona LEADER Pillersee (Tirol, Austria).

LEADER Magazine, una publicación muy apreciada

882 personas, entre los que se encuentran lectores de habla inglesa, francesa, hispana, italiana y portuguesa, encuestados en 1997-98 han respondido a un cuestionario insertado en el Magazine. Se trataba, en líneas generales, de destacar y/u ordenar los diferentes elementos y secciones, así como eventualmente, formular comentarios, expectativas, etc. La evaluación de los 882 cuestionarios remitidos al Observatorio ha permitido extraer algunos resultados tales como los siguientes :

> Utilidad

En términos generales, los lectores de LEADER Magazine piensan que la publicación es "útil" o "muy útil", concediendo a este aspecto una media de 2,4 puntos sobre 3. Entre las diferentes utilidades del Magazine, los lectores han elegido, por orden de preferencia :

1) una publicación de referencia de LEADER, 2) una publicación de referencia del desarrollo rural en Europa, 3) un medio de información sobre las actividades de la Red LEADER, 4) un medio de información sobre la Unión Europea, 5) un medio de relaciones públicas, 6) un medio de unión entre el grupo y sus colaboradores.

> Contenido

Cuando se les pregunta sobre el interés que tiene para ellos el contenido de las diferentes secciones del Magazine, los lectores indican, por orden de preferencia : (3 : muy interesante ; 2 : interesante ; 1 : interesante ; 0 : sin interés) : 1) Reportajes "sobre el terreno" : 2,44 puntos. 2) "LEADER en acción" : 2,41. 3) "Proyector" : 2,33. 4) Artículos temáticos redactados por "expertos" : 2,33. 5) "LEADER en red" : 2,4. 6) Entrevista : 1,84.

> Presentación

Por lo general, los lectores de LEADER Magazine piensan que la presentación gráfica es buena o muy buena, concediendo a este aspecto una nota media de 2,44 puntos sobre 3.

En cuanto al estilo de la redacción, también ha sido valorado como bueno o muy bueno (2,14 puntos/3), así como la calidad de la traducción (2,52 puntos sobre 3).

> Difusión

La gran mayoría de los lectores (84%) difunden el magazine en su entorno ("siempre" : 41,9% ; "algunas veces" : 42,1%). Se constata que una vez difundido, 1 LEADER Magazine es leído por una media de 13,3 personas. En definitiva se puede afirmar que el lectorado potencial de LEADER Magazine es de más de 100.000 personas. Todos los comentarios y sugerencias de los lectores de LEADER Magazine serán bien recibidos.

INFORMACIÓN:

OBSERVATORIO
EUROPEO LEADER
chaussée Saint-Pierre 260
B-1040 Bruselas
Tel.: +32.2.736 49 60
Fax: +32.2.736 04 34

E-Mail:

leader@aaidl.be

World Wide Web:

http://www.rural-europe.aaidl.be

"Rural Europe": LEADER en línea y en 6 idiomas

Las publicaciones (LEADER Magazine, INFO-LEADER, los informes técnicos, etc.), el programa de actividades, la lista actualizada de todos los beneficiarios LEADER aprobados, así como las diferentes bases de datos pueden consultarse en línea y en 6 idiomas (francés, inglés, alemán, español, italiano y portugués) en Internet. Asimismo están abiertos varios foros de debate.
www.rural-europe.aaidl.be

Nombre: LEADER

("Relación entre Acciones de Desarrollo de la Economía Rural")

Tipo de programa: Iniciativa comunitaria

Territorios afectados: regiones de Objetivo 1 (menos desarrolladas), zonas de Objetivo 5b (zonas rurales frágiles) y zonas de Objetivo 6 (zonas nórdicas con muy baja densidad de población) de la Unión Europea. De todos modos, el 10% de los créditos concedidos a las zonas 5b pueden destinarse a territorios limítrofes no elegibles.

Objetivos: siguiendo la tónica de LEADER I (1991-1994), LEADER II tiene como objetivos:

- > alentar las iniciativas locales de desarrollo local ejemplares;
- > respaldar las operaciones innovadoras, demostrativas y transferibles que ilustren las nuevas vías que puede tomar el desarrollo rural;
- > multiplicar los intercambios de experiencias y la transferencia de conocimientos especializados;
- > dar apoyo a los proyectos de cooperación transnacional que provengan de los agentes locales de las zonas rurales y transmitan su solidaridad.

Beneficiarios: LEADER II aporta su ayuda financiera a dos categorías de beneficiarios:

- > en primer lugar, los "grupos de acción local", formados por socios públicos y privados que establezcan, en común, una estrategia y unas medidas innovadoras para el desarrollo de un territorio rural de dimensión local (menos de 100 000 habitantes);
- > otros agentes colectivos públicos o privados del medio rural (colectividades locales, cámaras de comercio, cooperativas, asociaciones, etc.) a condición de que su acción, más temática, se inscriba dentro de una lógica de desarrollo en un territorio local.

Tipo de medidas: adquisición de capacidades en materia de desarrollo rural, programas de innovación rural (formación profesional, turismo rural, apoyo a las pequeñas empresas, valorización de las producciones agrícolas, silvícolas y de la pesca local, mejora del medio ambiente y de la calidad de vida, etc.), cooperación transnacional.

Los diferentes componentes de LEADER II se articulan en torno a una "Red europea de Desarrollo rural" que permite una amplia difusión (seminarios, intercambios, publicaciones) de las acciones innovadoras emprendidas a favor del mundo rural y facilita las cooperaciones transnacionales. El "Observatorio europeo LEADER" anima esta red.

Duración del programa: 6 años (1994-1999)

Dotación de origen comunitario: unos 1 755 millones de ECU (de los cuales más de 1 000 millones son para las regiones de Objetivo 1) financiados por los tres Fondos estructurales.



Observatorio europeo LEADER



**Comisión Europea
DG VI Agricultura**

LEADER magazine es la revista trimestral del programa de desarrollo rural LEADER II. - **LEADER** ("Relación Entre Acciones de Desarrollo de la Economía Rural") es una Iniciativa comunitaria lanzada por la Comisión europea y coordinada por su Dirección General de Agricultura (unidad VI-F 1.). - El contenido de LEADER Magazine no refleja necesariamente las opiniones de las instituciones de la Unión Europea. - **Dirección de la redacción:** A.E.I.D.L. / Observatorio europeo LEADER - **Editor responsable:** William Van Dingenen, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruselas - **Periodismo:** Jean-Luc Janot - **Han colaborado en este número:** Yves Champetier, Malaquías Jiménez Ramírez, Katalin Kolosy, Werner Kräutler, Monica O'Malley, Nino Paterno, Gérard Valenduc, Patricia Vendramin - **Fotos:** grupos LEADER, EOLAS, Ramy Leon Lorenzo, Jo Strobel, Conseil Général des Deux-Sèvres - **Foto de portada:** EOLAS - **Coordinación de la producción:** Christine Chartier - **Concepción gráfica:** Katigram - Impreso en Bélgica sobre papel blanqueado sin cloro **LEADER magazine** se publica en los once idiomas de la Unión Europea con una tirada de 30 000 ejemplares. - **Información:** **LEADER magazine**, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruselas - Tel: +32 2 736 49 60 - Fax: +32 2 736 04 34 - E-Mail: leader@aeidl.be - WWW: <http://www.rural-europe.aeidl.be>