

La agricultura vuelve a sus orígenes

Los productores ecológicos sortean la crisis elijan el mercado que elijan: ni los que optan por exportar a Europa o a otros países ni los que deciden suministrar a las ciudades veci-

nas notan las dificultades que arrollan a otros sectores. Los principales obstáculos para la extensión del sector: la limitada conciencia medioambiental y los hábitos de vida urbanos.

Lejos o cerca, lo natural funciona

El mundo de la producción ecológica es muy heterogéneo, desde empresas que se han reciclado a nuevas firmas

X. GONZÁLEZ

Casa por casa o a los países más lejanos. Por medio de elaboradas estrategias de marketing o confiando en el boca a boca. La variedad de estrategias para darse a conocer y colocar los productos ecológicos depende de la filosofía que subyace a la elección de integrarse en este sector. En algunos casos se trata de asegurar la supervivencia de una empresa al reconvertir su actividad, mientras que en otros es una opción vital completa. El Consejo Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia reúne en su seno esta diversidad. En la relación de empresas elaboradoras del organismo encuentran su sitio los grandes transformadores y distribuidores multinacionales, como Lactalis o Carrefour, empresas de capital gallego enfocadas a la exportación -Coren, Cuevas (marrón glacé) y Mielles Anta- o pequeñas iniciativas de particulares.

Tres casos ejemplifican la variedad se puede encontrar en el mundo de la producción ecológica: Mielles Anta, que exporta el 90% de su producción ecológica, Conservas Antonio Pérez Lafuente, que reconvirtió su negocio de elaborados de pescado para sobrevivir en un mercado amenazado, y Cesta Fresca, una iniciativa de una pareja que desde Salvaterra (Pontevedra) surte cada semana de fruta fresca a sus clientes del área de Vigo.

■ **Crecer.** David Corral convivió siempre con las colmenas de su familia. En 1983 decidió transformar su afición en la empresa Mielles Anta, que ha llegado a convertirse en la mayor de España. Desde hace cuatro años se dedica al negocio ecológico a través de las marcas Pazo de Lusio y Taramundi. Estas divisiones representan actualmente el 30% del negocio, aunque este año su peso ascenderá hasta más del 50%. Y eso a pesar de que Corral considera desde sus oficinas en el polígono de Agrela que "en España el mercado es todavía muy reducido". La clave consiste en exportar el 90% de la producción. Los países de destino son principalmente europeos, con Alemania, Francia y Dinamarca a la cabeza, aunque también algunos más lejanos, como Arabia Saudí. El negocio, a pesar de la omnipresente crisis económica, va bien, con crecimientos del 200% entre los últimos ejercicios. Aunque Corral reconoce que "el producto natural supone más esfuerzo", celebra que en Galicia "tenemos las condiciones idea-



Un técnico inspecciona la recogida de mejillón ecológico. // FDV

les para trabajarlos, al menos en el caso de la miel".

■ **Reciclarse.** Conservas Antonio Pérez Lafuente se convirtió casi en una compañía nueva cuando a mediados de la década pasada abandonó las conservas de pescado masivas para dedicarse a las ecológicas. Su gerente, Eduardo Drömer, asegura que durante el cambio "la producción se redujo a una cuarta parte". La empresa de Vilanova de Arousa apostó por la diferenciación respecto a otros competidores ecológicos para sobrevivir en un mercado cada vez más complicado. Drömer apunta que sus conservas no solo incluyen aceite sin tratamientos químicos, sino que todo el pescado que comercializan "ha sido capturado mediante técnicas que garantizan la sostenibilidad". Un ejemplo es del atún, pescado con caña en lugar de con redes de arrastre, o el mejillón, del que la conservera extrajo la primera remesa ecológica. Su gerente resalta además la importancia del canal de distribución. Los productos de su marca Pan do Mar se pueden conseguir únicamente en tiendas especializadas. El motivo, que los clientes prefieren que las grandes superficies no hagan negocio

con un producto que defiende el consumo responsable. El 60% de la producción se dirige al extranjero, principalmente a Alemania, Francia e Inglaterra, pero también a países de Oriente Medio.

■ **Vivir.** Antía Puentes comparte con su pareja desde hace dos años un proyecto que va más allá de la mera búsqueda de beneficios. Cesta Fresca es el nombre de una iniciativa que pretende recuperar los vínculos directos entre los consumidores y los agricultores y ganaderos. Desde su explotación en la parroquia de Lira, en la frontera de los concellos de Pontearreas y Salvaterra, surten de verduras, frutas, patatas, chorizos y otros productos ecológicos a una quincena de familias, la mayoría de Vigo. Ellos mismos cultivan los vegetales y cuidan a los animales que semana a semana acercan a sus clientes. Cesta Fresca tampoco nota la crisis por el momento. "Aunque antes de Navidad el número de clientes era mayor, nadie me ha dicho que deje de comprar por una cuestión de precio. Lo que más influye son las rutinas que marca el trabajo en las ciudades y que impiden a la gente cocinar, por lo que las verduras se estropean", explica.

La Justicia empieza a arrinconar a la piratería también en internet

Un juzgado dicta medidas cautelares contra la web YouKioske, que explota revistas de moda

REDACCIÓN = Vigo

El Juzgado de lo Mercantil número 1 de Alicante ha dictado un auto de medidas cautelares contra la web Youkioske en el que acuerda el cese inmediato de la explotación de varias marcas de revistas de moda y ocio que esta web exhibe sin el consentimiento de sus legítimos titulares. Las medidas suponen un paso más en la persecución de la piratería de contenidos en la red, tanto a través de agregadores de contenidos, copias caché o copias parciales, entre otras muchas amenazas digitales. Todas ellas conculcan la vigente Ley de Propiedad Intelectual, según la cual los editores son los únicos titulares de los contenidos impresos y digitales de sus publicaciones, y donde se especifica que ningún tercero puede aprovecharse de esos contenidos sin contar con el consentimiento expreso de sus legítimos propietarios.

De hecho, las medidas cautelares dictadas por el Juzgado

alicantino suponen un salto cualitativo en la persecución de esas actividades en la red. Se suma además a la amplia lista de sentencias favorables a los editores de diarios frente a aquellos press-clippers que actuaban sin autorización con las ediciones de papel. En este sentido, hace sólo unos días el Juzgado madrileño número 6 de lo Mercantil ratificó, sin posibilidad de nuevos recursos, la ejecución provisional de una sentencia contra la empresa de press-clipping Documentación de Medios, que "debe cesar de forma inmediata en la realización de actividades de (...) reproducción, recopilación íntegra y comunicación pública de los contenidos de diferentes diarios".

Si continuase comercializando sin autorización contenidos de los diarios, se le podrían requerir daños y perjuicios, imponerle una multa coercitiva mensual por el tiempo que continuase incumpliendo las resoluciones judiciales.



Estilismo de A. Simón. // Pily F. S.



Modelo de A. Fernández. // Cholo

La creatividad de una generación en el proyecto "Moda, moda, moda"

Goymar, la Escuela de Imagen y Sonido y Vogue se unen en un proyecto educativo

REDACCIÓN = Vigo

La Escuela de Imagen y Sonido de Vigo, la escuela de diseño de moda Goymar y la agencia de modelos Vogue han unido esfuerzos en el proyecto fotográfico "Moda, moda, moda". La iniciativa pone en valor el trabajo cooperativo de unos cuarenta diseñadores, fotógrafos, estilistas y modelos de una misma generación.

Coordinado por el profesor de fotografía de la Escuela de Imagen y Sonido de Vigo Xulio Correa, el proyecto propone

que cada diseñador prepare un estilismo para, posteriormente, realizar una sesión fotográfica especial.

El objetivo de esta iniciativa es mostrar a los alumnos de las distintas escuelas involucradas la importancia del trabajo en equipo así como la calidad del resultado final que sería "imposible" si sólo fuese un esfuerzo individual.

El resultado se muestra en la web <http://eivsimagen.blogspot.com>, que ya rozó las 30.000 visitas y donde se pueden ver las imágenes con los estilismos preparados.